

Moda, il record italiano fra le big

Rapporto **Mediobanca** sul settore: nel mondo fra le 80 multinazionali 10 sono «made in Italy»

La moda è più “green” e prepara il rilancio, dopo lo stop senza precedenti imposto dal Covid. Questa è la sintesi del nuovo rapporto sul settore globale realizzato dall'area studi **Mediobanca**, che è stato presentato ieri in occasione del terzo Fashion annual talk, al quale hanno partecipato due protagonisti: Alfonso Dolce, ceo di Dolce & Gabbana, e Martino Scabbia Guerrini, top manager di Vf, il gruppo Usa che in Italia è presente con marchi come Timberland.

Gli 80 maggiori player mondiali hanno accusato nei primi 9 mesi del 2020 un calo del fatturato del 21,8%, cinque volte maggiore rispetto alla grande industria, ma l'ultimo trimestre indica un rimbalzo del 17%. E dai bilanci di sostenibilità si ricava che il settore si è impegnato per uno sviluppo più rispettoso dell'ambiente con una riduzione dei consumi idrici del 3,4%, delle emissioni di CO2 del 5,1% e dei rifiuti prodotti del 3,1%, mentre aumenta dal 42,6% al 49,9% il ricorso all'energia elettrica rinnovabile.

Per quanto riguarda l'Italia, le 177 società con un fatturato superiore a 100 milioni hanno accusato una contrazione dei ricavi che per il 2020 dovrebbe attestarsi al 23%, ma è già in atto una ripresa che si stima possa portare i ricavi ai livelli precrisi nel 2023.

Prima del Covid, nel 2019 gli 80 maggiori player mon-

diali hanno fatturato 471 miliardi con un aumento del 26,5% rispetto al 2015 e del 4,9% sul 2018. Il giro d'affari è stato realizzato per il 56% da gruppi europei e per il 35% dai nordamericani. Fra i 38 big europei l'Italia, con le sue top 10, è il Paese più rappresentato ma è la Francia a “pesare” di più con il 36% del fatturato. Le multinazionali europee hanno fornitori localizzati per il 52% in Asia e il 42% in Europa, e in particolare in Italia con il 28%, quota che sale all'80% nell'alto di gamma; quelli americani si riforniscono in Asia per il 78%, in Nord America per il 13% e in Europa per l'8%. E se l'Italia è il solo Paese al mondo ad avere una simile concentrazione nel top di gamma, l'eccellenza della nostra filiera si esprime con dimensioni aziendali minori ma con produzioni a elevato valore aggiunto. Le 177 aziende del fashion italiano hanno realizzato nel 2019 un giro d'affari di 71,1 miliardi (più 20,8% sul 2015). Il loro peso sul Pil è pari all'1,2% (contro l'1% del 2015), ma se si aggiungono le Pmi la quota sale al 2,3%. Fra le top del settore prima è Prada con 3,2 miliardi di fatturato nel 2019, seguita da Luxottica group con 2,9, Calzedonia con 2,4, Armani con 2,1, Max Mara con 1,6. Fra i gruppi che si riforniscono di più in Italia primeggiano Kering con l'84%, Prada con l'80% e Tod's con il 93%.

Sergio Bocconi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il report

● Per recuperare la situazione pre pandemia, il settore della moda dovrà attendere il 2023. Come spiega il report realizzato dall'area studi di **Mediobanca** in occasione della terza edizione dell'Annual Fashion Talk che aggrega i dati finanziari di 80 multinazionali del fashion

