

MARKET INSIGHT



EVOLUZIONE DEL MERCATO ITALIANO DELLA PELLETERIA E MINUTERIA METALLICA



2023

A CURA DI
NOBEL PARTNERS ADVISORY

OVERVIEW DI MERCATO

Nel primo semestre 2022, l'industria italiana della pelletteria ha complessivamente registrato, secondo le attuali stime, un aumento del 3,7% in termini di volume di produzione e dell'11,2% in termini di fatturato rispetto al corrispondente periodo dello scorso anno. In rialzo annuale anche le vendite del comparto accessori e componenti metallici, +16% la variazione complessiva europea, dove segnano marcati rialzi tutti i maggiori Paesi produttori, in particolare italiani e spagnoli, con percentuali di crescita comprese tra il 20% e il 22%.

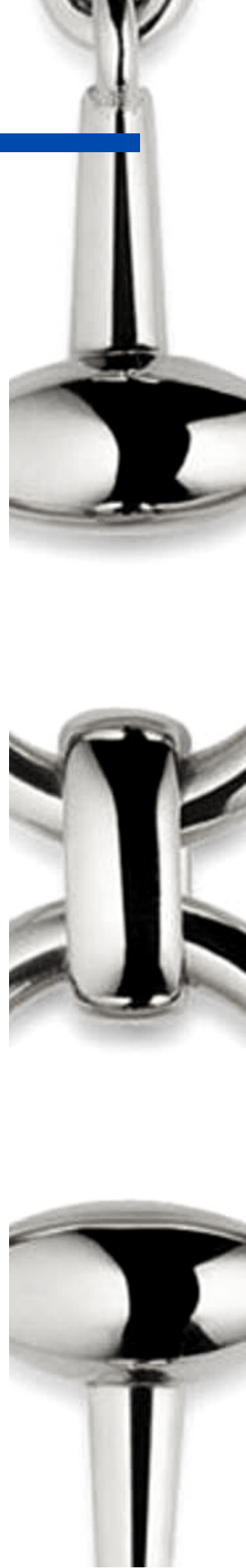
Nel 2021 il mercato italiano della pelletteria ha raggiunto un valore di € 19,3 miliardi (+28,8% sul 2020), e rappresenta circa il 20,9% dell'intero sistema moda italiano preceduto solo dall'abbigliamento, con un valore pari al 40,5% del totale.

L'andamento dell'export della pelletteria, che si conferma avere un'incidenza superiore al 70% del fatturato complessivo del settore, mostra variazioni decisamente positive in valore, con una crescita del 9,3%, ed una leggera diminuzione in volume (-1%).

L'Italia copre il 50-55% della produzione globale di abbigliamento, pelletteria di lusso e minuteria metallica attraverso migliaia di piccoli produttori, contro il 20-25% del resto d'Europa.

L'industria italiana della Filiera della pelle è localizzata prevalentemente in sette regioni (Toscana, Veneto, Marche, Campania, Lombardia, Emilia-Romagna e Puglia), nelle quali si concentra il 95,5% degli addetti, il 92,7% delle unità locali e il 95% circa delle esportazioni totali.

La filiera della pelle in Toscana ha raggiunto un valore di € 7,5 miliardi, dove si concentra il 32% delle imprese italiane della filiera; il 18% si trovano in provincia di Firenze.



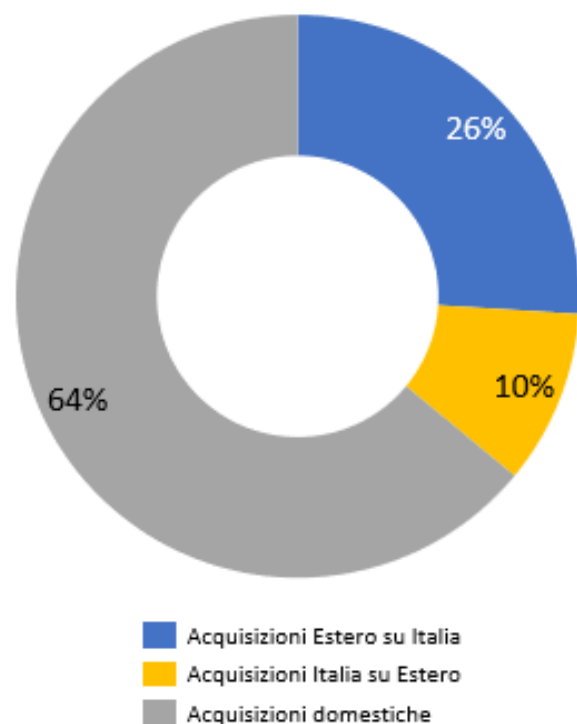
IL MERCATO M&A

Il mercato M&A specifico del settore del lusso ha subito una forte evoluzione nel tempo, passando da acquisizioni prevalentemente orizzontali, per massa critica o per clienti, ad acquisizioni verticali al fine di gestire l'intera supply chain, optando per una strategia di "buy and build", processi di consolidamento volti ad aumentare le competenze in aree non ancora presidiate, aree di nicchia, società tecnologicamente evolute, nonché a garantire una maggiore copertura a monte e a valle della catena del valore.

Il motivo principale per cui il mercato ha iniziato a muoversi in questa direzione non è tanto da ricondursi alla contrazione dei costi, quanto al mantenimento della qualità delle materie prime, con l'obiettivo che le competenze, i maggiori volumi, l'efficienza di scala e i maggiori margini di filiera siano preservati.

Dal 2020 in poi i processi di costruzione di "poli" di filiera radicati sul territorio sono aumentati in modo significativo coinvolgendo direttamente le imprese locali, con l'obiettivo di raggruppare eccellenze strategiche. Il 20% delle operazioni di M&A sono stati fatti nel comparto degli accessori, un altro 16% nella pelletteria, nel settore tessile si aggira all' 8% e infine un 6% è relativo a gioielli e orologi.

Il 64% delle operazioni sono effettuate a livello nazionale, il 26% da società o private equity esteri su società italiane e solo il 10% da società italiane su società estere.



20%
Accessori Metallici

16%
Pelletteria

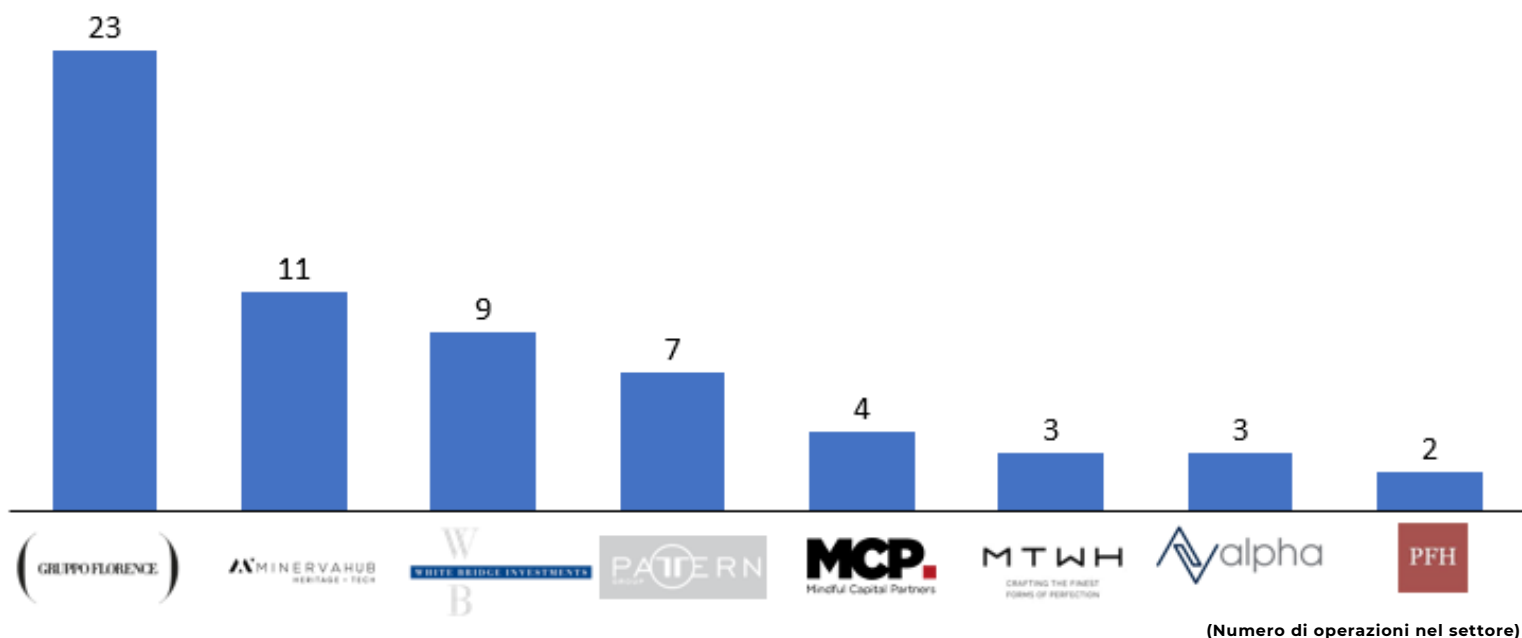
8%
Tessile

6%
Gioielleria

GLI OBIETTIVI

- Creazione di una filiera integrata e compatta
- Maggiori competenze nella manodopera specializzata
- Sostenibilità e Sicurezza

IL FENOMENO DELLE AGGREGAZIONI



(Numero di operazioni nel settore)

PRINCIPALI OPERATORI DEL SETTORE

Il mercato italiano, in particolare, si contraddistingue per un numero di operazioni di middle market contenuto e un obiettivo principale di consolidamento industriale, soprattutto nel mondo delle PMI, dove la crescita rimane la priorità strategica.

Il fenomeno delle aggregazioni di terzisti della moda, esploso negli ultimi anni, sembra destinato a continuare, soprattutto per le difficoltà delle piccole aziende nel fare investimenti per aggiornarsi, diventare più efficienti, rimanere competitive, unitamente all'aumento dei costi energetici e delle materie prime.

L'obiettivo è la creazione di una filiera della moda compatta integrata e trasparente, incentivato in particolar modo dall'avvento della pandemia e dalle difficoltà post-Covid, nel reperire competenze e componenti della manodopera altamente specializzata oltre alla difficoltà delle piccole imprese nel rinnovarsi e adeguarsi alle normative su sostenibilità, tracciabilità e sicurezza con la conseguente necessità di "raggruppare" l'articolata catena di fornitura.

L'evoluzione del mercato sarà giudice delle azioni degli operatori e a quel punto sarà possibile capire se queste siano state soddisfacenti o meno.

SOSTENIBILITÀ

Il tema delle acquisizioni si avvicina agli obiettivi di sostenibilità ambientale e sociale delle tematiche ESG (Environment, Social and Governance).

Relativamente alla supply chain, dall'analisi dei bilanci di sostenibilità emerge che i fornitori dei maggiori player italiani della moda sono mediamente localizzati per il 56% in Italia, per il 30% in Asia, per l'11% nel resto dell'Europa, per il 2% in Africa e per il restante 1% nelle Americhe.

Le società che ricorrono a terzisti italiani adottano una strategia di maggiore qualità e prossimità, mentre quelle vocate a prodotti di fascia più economica si rivolgono soprattutto a fornitori asiatici.

Si stanno così evidenziando due strategie prevalenti: da una parte, una spinta alla realizzazione di nuove fabbriche in Italia o l'ampliamento di quelle già esistenti, dall'altra una differente allocazione dei propri fornitori, rafforzando le collaborazioni con i terzisti chiave e più prossimi, anche attraverso joint venture o acquisizioni.

Il tema della sostenibilità si scontra con le dinamiche di prezzo che i brand sono disposti a pagare per la fabbricazione di un articolo. A queste condizioni risulta difficile per i terzisti effettuare investimenti in innovazione, sicurezza e regolarità dei contratti.



DINAMICHE RETRIBUTIVE

La filiera della moda in Italia dà occupazione a circa 500mila addetti, di cui 310mila impiegati in micro-piccole imprese.

Il settore manifatturiero e quello della moda evidenziano una crescita delle retribuzioni decisamente più sostenuta rispetto alla media dell'economia.

In Toscana, dal 1995 al 2022 le retribuzioni «di fatto» nominali sono aumentate più dell'inflazione; tale incremento è, in linea con il dato nazionale. Anche in Toscana i settori manifatturiero e della moda evidenziano una crescita delle retribuzioni più sostenuta rispetto alla media dell'economia.

Diversamente dalla dinamica nazionale, le retribuzioni del settore moda sono cresciute meno di quelle manifatturiere.



500 mila

Addetti in Italia attivi nella
filiera della moda

UNA PANORAMICA SULLE

AZIONI PRIORITARIE E TREND DEL SETTORE

Sostenibilità Finanziaria e Remunerazione

La giusta remunerazione delle aziende da parte del committente è cruciale per la sostenibilità finanziaria del settore. Il costo/ minuto = remunerazione del costo variabile di produzione, escludendo qualsiasi elemento di servizio.

Attrazione di Forza Lavoro

Attivare con il supporto delle istituzioni un piano di comunicazione per favorire la cultura d'impresa e attrarre i giovani verso il settore, coinvolgendo anche settori attigui che riscontrano criticità simili in termini di attrattività.

Aumento della Trasparenza Lungo le Filiere

La sostenibilità rivestirà una sempre maggiore rilevanza (soprattutto nei millenials e nei gen-z) e sarà riferita anche a benessere degli animali, trasparenza sui materiali utilizzati ed adozione di eque politiche di lavoro.

Aumento della Dimensione Aziendale

Favorire la crescita dimensionale delle aziende attraverso aggregazioni tramite incentivi fiscali. Sostenere le PMI in momenti di difficoltà promuovendo il sostegno da parte degli Istituti di Credito e la collaborazione tra Istituti di Credito e grandi Brand.



Innovazione nei Processi Produttivi

Adottare logiche di recupero, riciclo e riutilizzo, in ottica di economia circolare, per tutta la filiera, anche qui con un massiccio uso di nuove tecnologie coordinato con una maturazione culturale di tutti gli attori del settore, sia sul lato offerta sia sul lato domanda.



Evoluzione Manageriale e Impiego di Strumenti Manageriali Sofisticati

Favorire le relazioni a monte e valle della filiera attraverso l'attivazione di un dialogo costante e l'ingaggio di entrambe le parti in progetti/tavoli di lavoro di interesse comune.

Formazione e Competenze Digitali

Formulare un piano di formazione per il settore guidato da un Tavolo Tecnico multi-stakeholder, quantificando i bisogni in termini di risorse necessarie, competenze necessarie, segmentate per diverse tipologie formative (professionale, tecnica, superiore), attivando iniziative mirate e dando valenza sistemica all'offerta formativa.

Gestione del Passaggio Generazionale

Quello del passaggio o ricambio generazionale è un tema che negli ultimi anni sta assumendo sempre più importanza a causa delle peculiarità del tessuto produttivo italiano, composto principalmente da realtà imprenditoriali di piccole e medie dimensioni. Il trasferimento del patrimonio in modo efficiente e strutturato è indispensabile per assicurare la sopravvivenza di un'attività imprenditoriale, come anche la sua stabilità e il suo ulteriore sviluppo nel tempo.



N O B E L
P A R T N E R S
A D V I S O R Y

Lungarno Amerigo Vespucci, 58
50123 Firenze - ITA

Tel: +39 055 210432
Fax: +39 055 2608383