

Deloitte: l'Italia si conferma il primo Paese del lusso a livello mondiale con 23 aziende nella Top 100

- Secondo la **Global Powers of Luxury Goods 2022 di Deloitte**, il fatturato generato nel FY2021 dalle vendite dei beni di lusso dei primi 100 gruppi al mondo è pari a **305 miliardi di dollari**, 53 miliardi in più dell'anno precedente e **+ 8,5% rispetto ai livelli pre-pandemia**
- **Prada (18°)**, **Moncler (27°)** e **Giorgio Armani (28°)** sono i tre principali player italiani in classifica
- Moncler è l'azienda con le performance complessive più costanti, rientrando per cinque anni consecutivi tra le aziende a più rapida crescita
- **Golden Goose** è l'azienda italiana con crescita maggiore registrando un CAGR del 27% nel periodo FY2018-FY2021
- Quasi tutte le aziende italiane in classifica hanno registrato utili, con **Moncler, Max Mara, Valentino e Marcolin** che hanno anche registrato un net profit margin a doppia cifra

Milano, 30 novembre 2022 – Durante l'anno fiscale 2021, le 100 più grandi aziende di beni di lusso al mondo hanno generato vendite per **305 miliardi di dollari**, 53 miliardi in più rispetto all'anno passato e superando di 24 miliardi perfino i risultati ottenuti nel FY2019 (+8,5%). A tassi di cambio costanti, i primi 100 player hanno complessivamente visto una **crescita del 21,5%** con un profit margin del 12,2% (+7.1 punti percentuali rispetto allo scorso anno).

È quanto emerge dalla nona edizione del **Global Powers of Luxury Goods**, lo studio annuale di Deloitte, che esamina e classifica i 100 Top Player del settore Fashion & Luxury a livello globale, sulla base delle vendite consolidate nell'anno fiscale 2021¹.

"In questo periodo di cambiamento ed incertezza, l'appeal delle aziende del settore lusso si è riconfermato. Il comparto è stato capace di re-inventarsi ed avviare un processo di trasformazione considerevole, portando concetti quali sostenibilità, economia circolare, innovazione, al centro delle proprie strategie di crescita per i prossimi anni. Oggi più che mai le aziende di questo settore sono in grado di essere vicine ai consumatori in termini di servizio, produzione, ascolto e condivisione dei medesimi valori." commenta **Giovanni Faccioli, Deloitte Global Fashion & Luxury Practice Leader**.

Anche in questa edizione l'importanza delle migliori aziende del lusso è evidente: quasi l'85% del net profit della classifica delle Top 100 di Deloitte proviene dalle aziende della Top 10, che si confermano leader anche in termini contributo alle vendite totali delle aziende (56,2%, + 4,8 punti percentuali rispetto al FY2020).

Il podio della Top 10 dei big del lusso è oramai consolidato, rimanendo invariato per il quinto anno consecutivo e vede i colossi LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SE, Kering SA e The Estée Lauder Companies Inc in testa alla classifica.

Figura 1. Top 10 luxury goods companies classificate in termini di vendite

¹ Per maggiori dettagli, consultare la Nota Metodologica a fine comunicato.

Top 10 luxury goods companies

The top 10 companies increased their share of Top 100 luxury goods sales to 56.2%, +4.8% from previous year



© 2022. For information, contact Deloitte Global.

Global Powers of Luxury Goods 2022 5

Il lusso Made in Italy continua a crescere

L'Italia con il suo Made in Italy si conferma uno dei Paesi leader nel settore, posizionando ben 23 aziende tra le 100 che costituiscono la graduatoria².

Quasi tutte le 21 società con chiusura dell'esercizio al 31 dicembre hanno registrato una crescita a due cifre delle vendite di beni di lusso, compresa tra il 17,3% e il 49,3%, con una crescita composita anno su anno superiore alla media del 27,2%. Quasi tutte le aziende hanno registrato profitti, con Moncler, Max Mara, Valentino e Marcolin che hanno registrato margini di utile netto a due cifre.

Golden Goose, Moncler ed Euroitalia rientrano tra le aziende a crescita più rapida, rispettivamente al terzo, decimo e sedicesimo posto, grazie ai CAGR a doppia cifra per il periodo FY2018-2021 (rispettivamente 27,2%, 12,9% e 10,9%).

Il gruppo Prada, Moncler e Giorgio Armani sono i tre principali player italiani in classifica e, in forma aggregata, rappresentano il 35% delle vendite di beni di lusso realizzate nel FY21 dalle aziende italiane presenti nel ranking.

Il gruppo Marcolin ha registrato il net profit margin più alto dell'intera classifica: 33,4%, seguito da Hermès con 27,3%.

I risultati portati dai grandi conglomerati dimostrano ancora una volta la forza del gruppo

L'importanza dei grandi conglomerati del lusso è testimoniata dalla Francia che con solo otto aziende in classifica, di cui quattro in top 10, è il Paese che ha conseguito complessivamente performance migliori: le vendite sono cresciute del 42,4% (risultato migliore riuscito solo alle aziende spagnole con una crescita YoY del 45,2%) e un utile netto a doppia cifra del 19,8%, il più alto tra i Paesi. Anche il CAGR per il periodo FY2018-2021 è stato il migliore al 13,3%.

Figura 2. Crescita su base annua e net profit margin dei paesi rappresentati dalle aziende in Top 100

² Il dato esclude i brand italiani facenti parte dei grandi conglomerati francesi

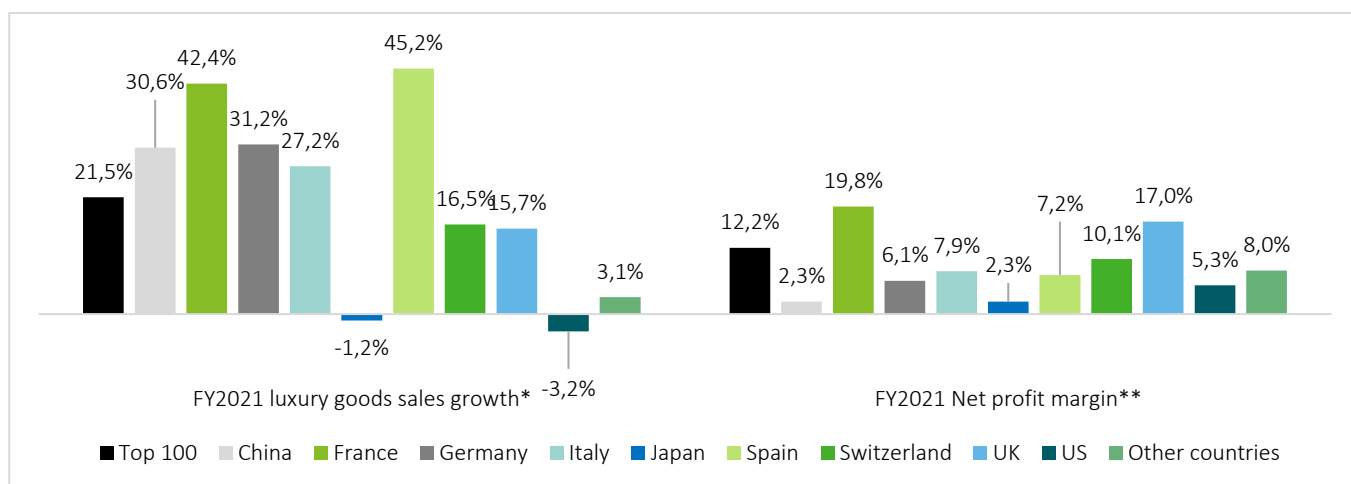


Figura 3. Top 20 Fastest Growing Companies: Farfetch si conferma l'azienda con il tasso di crescita più rapido. Quest'anno sono tre le aziende italiane tra le venti in più rapida crescita: Golden Goose, Moncler ed Euroitalia.

#	Company	Paese d'origine	Posizione in Top 100	FY18-21 CAGR	FY21 sales Growth
1	Farfetch Limited	United Kingdom	54	104,7%	31,0%
2	Richard Mille SA	Switzerland	43	55,6%	43,4%
3	Golden Goose SpA	Italy	74	27,2%	45,0%
4	Grupo de Moda Soma S.A.	Brazil	78	24,3%	67,1%
5	Chow Tai Seng Jewellery Co., Ltd.	China	42	23,8%	93,8%
6	LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SE	France	1	17,5%	55,9%
7	Canada Goose Holdings Inc.	Canada	61	15,2%	-5,7%
8	Hermès International SCA	France	7	14,6%	40,6%
9	Audemars Piguet & Cie	Switzerland	36	13,5%	43,6%
10	Moncler SpA	Italy	27	12,9%	42,1%
11	Guangdong CHJ Industry CO.,LTD. 广东潮宏基实业股份有限公司	China	65	12,7%	41,8%
12	Breitling SA	Switzerland	59	12,3%	41,7%
13	Chanel Limited	United Kingdom	4	12,0%	54,7%
14	Lao Feng Xiang Co., Ltd. 老凤祥股份有限公司	China	12	11,5%	23,1%
15	Vivara Participações S.A.	Brazil	95	11,4%	40,0%
16	EuroItalia S.r.l.	Italy	64	10,9%	44,5%
17	Tory Burch LLC	United States	39	10,9%	25,0%
18	Puig S.L.	Spain	23	10,2%	68,2%
19	Rolex SA	Switzerland	9	10,1%	37,9%
20	L'Oréal Luxe	France	5	9,6%	21,3%
FASTEST 20				14,7%	44,8%
TOP 100				5,2%	21,5%

NB. Le aziende in **grassetto** rientrano tra le fastest growing companies già nel report Global Powers of Luxury Goods 2021

Economia circolare e metaverso i trend principali del mondo del lusso

Sulla scia della pandemia e dei cambiamenti nei valori e nelle abitudini di acquisto, le aziende di beni di lusso si trovano ora di fronte a nuove opportunità derivanti da transizione ecologica ed economia circolare. Insieme alla rivoluzione digitale portata dal metaverso e dal Web3, si tratta dei due grandi trend che stanno guidando l'innovazione nell'industria del lusso.

“Dopo anni di critiche ai propri modelli di business, le aziende del lusso stanno portando avanti le istanze della sostenibilità e si avviano sempre più verso l'adozione di un sistema di economia circolare per ridurre

concretamente il proprio impatto ambientale, modificando i processi di produzione e promuovendo nuove pratiche di consumo", afferma **Giovanni Faccioli, Deloitte Global Fashion & Luxury Practice Leader**. "La sostenibilità e i principi ESG sono sempre più incorporati nelle strategie delle aziende, che si avvalgono del prezioso supporto delle nuove tecnologie per sviluppare nuovi materiali rispettosi dell'ambiente e per migliorare il design, la produzione, la distribuzione e la comunicazione dei loro prodotti".

Figura 4. Le 23 aziende italiane nella Top 100 nel FY2021

Global Powers of Luxury Goods Top 100, FY2021, Aziende italiane in classifica									
FY2021 luxury goods sales rank	Change in rank from FY2020 ³	Name of company	Country of origin	Selection of luxury brands	FY2021 luxury goods sales (US\$M)	FY2021 total revenue (US\$M)	FY2021 luxury goods sales growth	FY2021 net profit margin ¹	FY2018-2021 luxury goods sales CAGR ²
18	▲ 5	Prada Group	Italy	Prada, Miu Miu, Church's, Car Shoe	3.979	3.979	38,9%	8,8%	2,3%
27	▲ 6	Moncler SpA	Italy	Moncler, Stone Island	2.419	2.419	42,1%	19,2%	12,9%
28	▲ 1	Giorgio Armani SpA	Italy	Giorgio Armani, Emporio Armani, A X Armani Exchange	2.387	2.398	26,3%	8,4%	-1,4%
31	▲ 8	Max Mara Fashion Group Srl	Italy	MaxMara, SportMax, Marina Rinaldi, Max & Co, PennyBlack	1.805	1.847	27,4%	13,8%	-1,5%
34	▲ 2	OTB SpA	Italy	Diesel, Maison Margiela, Marni, Viktor&Rolf, Jil Sander	1.759	1.963	17,3%	8,6%	1,9%
38	▲ 6	Ermenegildo Zegna N.V.	Italy	Zegna, THOM BROWNE	1.528	1.538	27,4%	-9,8%	3,0%
40	▲ 8	Valentino SpA	Italy	Valentino, Valentino Garavani,	1.450	1.455	39,5%	10,2%	0,1%
41	▲ 6	Salvatore Ferragamo SpA	Italy	Salvatore Ferragamo	1.340	1.342	24,0%	7,1%	-5,3%
49	▲ 1	Safilo Group SpA	Italy	Smith, Safilo, Carrera, Blenders, Privé Revaux; Licensed eyewear brands	1.146	1.146	24,3%	2,1%	0,2%
50	▼ -10	Dolce & Gabbana	Italy	Dolce&Gabbana	1.139	1.169	-15,4%	2,6%	-8,8%
55	▲ 1	TOD'S SpA	Italy	Tod's, Roger Vivier, Hogan, Fay	1.064	1.064	39,2%	-0,7%	-1,8%
58	▲ 3	Brunello Cucinelli SpA	Italy	Brunello Cucinelli	842	854	30,9%	7,8%	8,8%
64	▲ 5	Euroitalia S.r.l.	Italy	Reporter, Naj-Oleari, Atkinsons 1799, I Coloniali; Licensed Fragrance brands: Moschino, Versace, Missoni, Dsquared2, Michael Kors	637 ^e	637 ^e	44,5%	n/a	10,9%
68	▲ 9	Marcolin Group	Italy	Marcolin; Licensed eyewear brands	538	540	33,9%	33,4%	-1,9%
71	▲ 4	De Rigo SpA	Italy	Police, Lozza, STING, Yalea Licensed eyewear brands	493	508	22,3%	6,4%	-0,9%
72	▲ 8	Liu.Jo SpA	Italy	Liu.Jo	486	504	35,2%	4,1%	3,8%
74	▲ 12	Golden Goose SpA	Italy	Golden Goose	456 ^e	456 ^e	45,0%	n/a	27,2%
79	▲ 6	Aeffe SpA	Italy	Moschino, Pollini, Alberta Ferretti, Philosophy di Lorenzo Serafini	384	394	20,6%	3,6%	-2,2%
82	▼ -1	Furla SpA	Italy	Furla	362	362	5,2%	0,4%	-15,3%
87	▲ 3	Fashion Box SpA	Italy	Replay	328	338	23,1%	1,8%	6,6%
91	▲ 5	Gefin SpA	Italy	Etro	283 ^e	288 ^e	24,9%	n/a	-5,7%
92	▲ 8	Cris Conf SpA	Italy	Pinko	281	287	49,3%	2,4%	6,3%
100	▼ -13	Morellato Group	Italy	Morellato, Sector, Philip Watch, licensed brands	240	253	-18,5%	7,2%	5,4%

e=estimate n/a=not available
¹ Net profit margin based on total consolidated revenue and net income. May include results from non-luxury goods operations if these are <50% of group revenue
² Compound annual growth rate
³ Change in ranking vs FY2020 ranking from the *Global Powers of Luxury Goods 2021* report
^eTop 100 sales growth rates are sales-weighted, currency-adjusted composites
^{**}Top 100 net profit margin and return on assets are sales-weighted composites
Source: Deloitte Touche Tohmatsu Limited. *Global Powers of Luxury Goods 2022*. Analysis of financial performance and operations for financial years ended Jan 1-Dec 31 2021 using company annual reports, industry estimates and other sources

Nota Metodologica

Il report identifica le 100 principali società di beni di lusso a livello globale, sulla base delle vendite consolidate di beni di lusso nell'esercizio 2021 (per gli esercizi finanziari che si concludono il 31 dicembre 2021) utilizzando i dati disponibili al pubblico e valuta le loro prestazioni in tutte le aree geografiche e di prodotto. Le edizioni del report *Global Powers of Luxury Goods 2020, 2021 e 2022* utilizzano una definizione di anno fiscale che coincide con l'anno solare, ad esempio i ricavi dei beni di lusso FY2021 includono gli anni fiscali terminano che entro i 12 mesi dal 1° gennaio al 31 dicembre 2021. Questo cambiamento si riflette anche nei calcoli effettuati per stimare la crescita (CAGR e year-on-year). Per le edizioni dal 2014 al 2019 gli anni fiscali sono stati definiti utilizzando un orizzonte temporale di metà anno (es. il report *Global Powers of Luxury Goods 2019* prendeva in analisi l'anno fiscale 2017 con partenza dal 1° luglio 2017 e termine al 30 giugno 2018).

Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL"), its global network of member firms, and their related entities (collectively, the "Deloitte organization"). DTTL (also referred to as "Deloitte Global") and each of its member firms and related entities are legally separate and independent entities, which cannot obligate or bind each other in respect of third parties. DTTL and each DTTL member firm and related entity is liable only for its own acts and omissions, and not those of each other. DTTL does not provide services to clients. Please see www.deloitte.com/about to learn more. ©2022 Deloitte Italy SpA SB