

---

Michela Migliora  
Ufficio Stampa Deloitte  
Tel: +39 02 83326028  
Email: [mimigliora@deloitte.it](mailto:mimigliora@deloitte.it)

Michele Pozzi, Tommaso Filippi  
Omnicom PR Group  
Mob: +39 342 1540357 ; +39 324 0021567  
Email: [deloitte-ita@omnicomprgroup.com](mailto:deloitte-ita@omnicomprgroup.com)

---

**Deloitte: il 100% degli investitori continuerà nel 2022 a investire nel settore del lusso. I livelli pre-Covid saranno raggiunti in meno di un anno per la metà degli investitori.**

**Cosmetica & Profumi (53%), Arredamento (41%) e Abbigliamento & Accessori (32%) tra i settori più attraenti.**

- I segmenti **Hotels, Cruises, Restaurants & Clubs** continueranno a essere i più impattati nel 2022 dagli effetti negativi della pandemia;
- **Asia e Medio Oriente** saranno le aree più attraenti per gli investitori nei prossimi tre anni;
- Le dimensioni e i livelli di crescita del mercato pre-Covid saranno raggiunti per il 50% degli investitori in meno di un anno, per il 21% il recupero è stato già stato archiviato nel 2021;
- Nel 2021, sono state registrate **284 operazioni di M&A** nel settore Luxury, con un lieve **incremento (+7 operazioni)** rispetto all'anno precedente;
- Il **mercato M&A è stato trainato dai "Personal Luxury Goods"** (+22 deal vs 2020), in particolare grazie alla crescita di Apparel & Accessories (+23 deal), Cosmetics & Fragrances e Watches & Jewellery;
- Il maggiore incremento di operazioni si è registrato nel **Nord America (+24)** mentre ha registrato una forte contrazione la regione **Asia-Pacifico (-31)**.

**Milano, 16 giugno 2022** – Dopo il brusco calo registrato nel 2020 a causa della pandemia di Coronavirus e la graduale ripresa dell'anno scorso, il 2022 si prospetta per il mercato del lusso come l'anno del ritorno alle dimensioni e ai livelli di crescita pre-Covid.

È questo lo scenario emerso dal **Global Fashion & Luxury Private Equity and Investors Survey 2022** di **Deloitte**, un report che analizza trend e operazioni di M&A del mercato del lusso basandosi su dati di mercato e interviste a top manager.

*"Nel 2021 il settore si è ripreso sulla scia delle nuove strategie adottate dalle aziende in ambito di nuove tecnologie e del crescente impegno sui temi di sostenibilità. Nel 2022 il mercato del lusso dovrebbe accelerare ulteriormente con una crescita a due cifre e raggiungere i livelli pre-pandemici."* afferma **Elio Milantoni, Partner Deloitte**.

**Prospettive di mercato: forte impatto del Covid, i settori del turismo (hotels & cruises) tra i più penalizzati.**

La settima edizione del Private Equity Survey di Deloitte evidenzia i principali trend del mercato del lusso attraverso l'analisi del punto di vista di un panel selezionato di operatori del settore.

La crisi pandemica ha interrotto un solido trend di crescita del settore in termini di fatturato, che nel quinquennio 2015-2019, aveva fatto registrare un CAGR del +3.4% (+6.5% se circoscritto al segmento dei beni di lusso personali). Il **2020**, invece, è stato un anno difficile per il settore del lusso, che ha registrato **un'inversione di tendenza sui ricavi e un peggioramento dei margini**. Rispetto all'anno precedente, **le vendite sono**

**diminuite del -10.5%**, con alcuni segmenti notevolmente in difficoltà, come il **comparto alberghiero** (-53.0%) e le **crociere** (-77.7%). Gli unici settori che hanno registrato una **crescita positiva** sono stati quelli dell'**arredamento** (+4.2%) e degli **yacht** (+3.0%).

2015-20 F&L Sales Index evolution  
(Index of Sales 2015=100, Percentage)



Notes: Values reported at constant exchange rate | Source: Elaboration on Company Financial Report data and Deloitte survey

L'EBITDA margin di settore è sceso al 15.9% (-1.5 p.p. rispetto al 2019), mentre il segmento dei **Personal Luxury Goods**, nonostante abbia subito un maggiore ridimensionamento rispetto all'anno prima (-2.8 p.p.), presenta un margine più elevato (22.3%). Particolarmente **penalizzati** sono stati, ancora una volta, i **settori** legati al turismo come l'**alberghiero** e le **crociere** che, in termini di marginalità, perdono rispettivamente -15.1 e -208.1 p.p.

F&L Sectors business performance map 2020  
(Percentage)



**I principali trend di mercato nel 2022: innovazione e sostenibilità guidano le strategie aziendali. Maggiore interesse in una forte presenza digitale.**

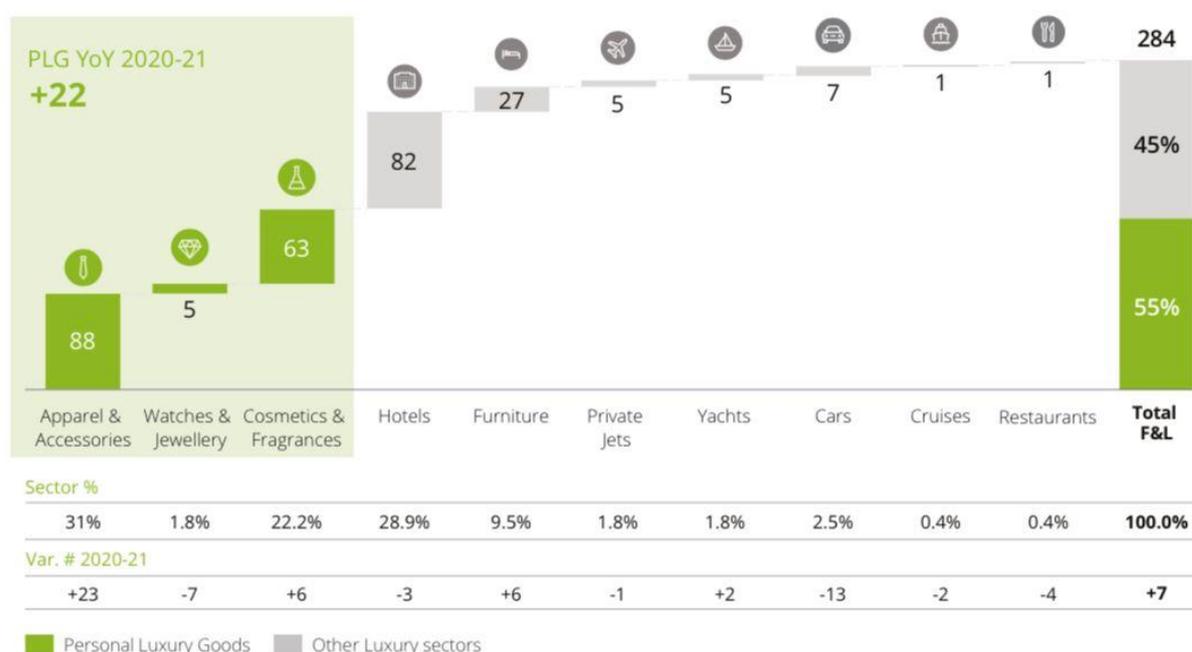
I big player del lusso puntano a ottenere una **solida presenza digitale** per la promozione e la distribuzione dei propri prodotti. Infatti, secondo le stime, **entro il 2025, 1 prodotto di lusso su 5 sarà acquistato da clienti appartenenti alla generazione Z**, diventa quindi fondamentale sfruttare canali dirompenti, come quello del **Metaverso**, per intercettare giovani clienti. A questo si accompagna una sempre maggiore sensibilità da parte dei consumatori verso **l'innovazione e la sostenibilità**. Per questo motivo, le aziende stanno incorporando nelle loro strategie modelli di *re-commerce* (*pre-loved, re-selling e rental*), oltre che impegnarsi su temi etici per dimostrare maggiore vicinanza ai valori dei clienti. Si continua, infine, a guardare con interesse alla **Cina, principale motore di ripresa del mercato di beni di lusso** e, secondo le stime, entro il 2025 arriverà ad assorbirne il 50% delle vendite. Dal lato dell'offerta, invece, la sfida principale rimane quella di gestire l'aumento dei prezzi, dovuto principalmente all'aumento dei costi della materia prima e della manodopera.

"Da un punto di vista geografico, l'Asia e gli Stati Uniti stanno trainando la ripresa del mercato con i consumatori cinesi che si confermano come i più attivi nel 2022, grazie a un mercato interno dinamico. Entro il 2025 si prevede che quasi il 50% degli acquisti di lusso sarà effettuato da consumatori cinesi." commenta **Tommaso Nastasi, Partner di Deloitte**.

### Operazioni di M&A nel 2021: crescita trainata dalla categoria Apparel&Accessories

Lo stato di salute del settore del lusso e la sua capacità di rapida ripresa rispetto allo shock causato dalla pandemia di Coronavirus si riflettono nel mercato delle operazioni di finanza straordinaria. Nel 2021, il numero di deal in ambito M&A è risultato leggermente superiore rispetto all'anno precedente, con il segmento dei **Personal Luxury Goods** che ha fatto registrare un incremento interessante, specie nella categoria **Apparel & Accessories**.

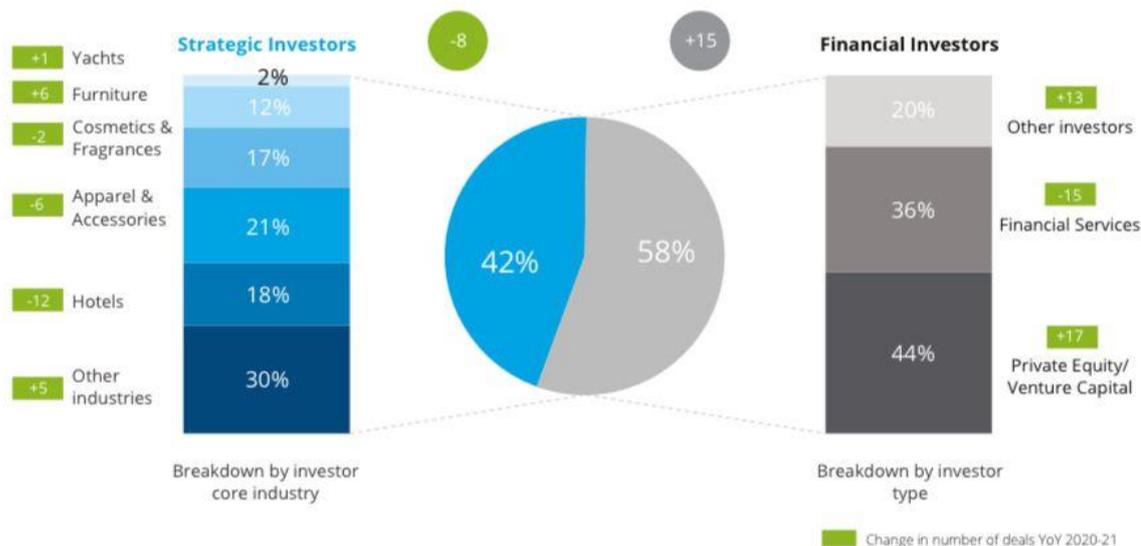
Number of deals in 2021 – Breakdown by sector



Particolarmente attivi si sono dimostrati gli investitori finanziari, che troviamo come bidder nel 58% dei deal e in posizione di seller nel 46% dei casi. I fondi di private equity e venture capital hanno conosciuto l'aumento più marcato in termini di numero di deal rispetto all'anno precedente e si presentano come acquirente coinvolto nel maggior numero di

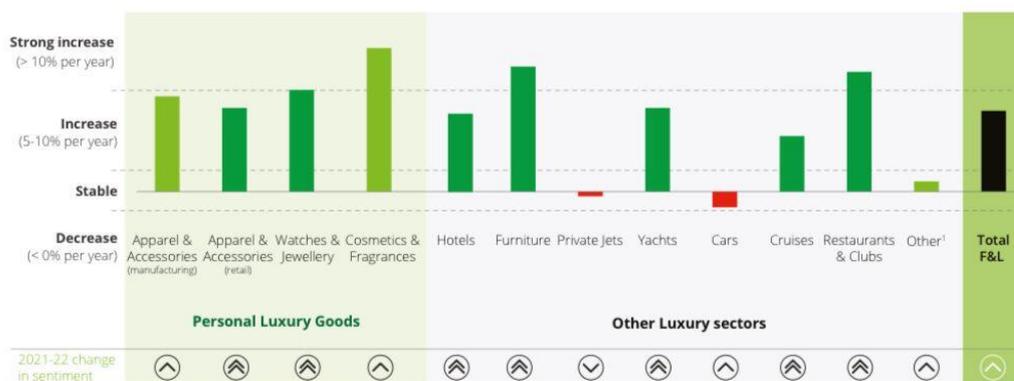
operazioni. In termini geografici la crescita più significativa si è registrata in Nord America (+24 deal), mentre l'area *Asia-Pacific* ha conosciuto il maggior decremento (-31 deal). Il principale indicatore, però, è rappresentato dal numero record di società che si sono quotate durante l'anno (9).

**Main bidders' profile**  
(Percentage, Number of deals)



**Ottimismo per il futuro: il 50% degli investitori si aspetta un ritorno ai valori pre-covid entro un anno, Cosmetica & Profumi guidano la ripresa.**

Secondo quanto emerso dal sondaggio di Deloitte, **il 50% degli investitori**, nonostante gli strascichi lasciati dalla pandemia, si dice convinto che **si tornerà ai livelli pre-Covid nel giro di un anno**, mentre secondo il 21%, il settore è già stato in grado di recuperare a pieno durante il 2021. Resta, però, il pesante impatto che l'emergenza pandemica ha avuto sui segmenti connessi al turismo, come hotel, crociere e ristoranti, che ne subiranno le conseguenze anche nel 2022. Tuttavia, il Covid ha segnato un cambiamento anche nelle strategie di business, come ad esempio la decisione di optare per un canale di vendita e-commerce. Per il 2022 gli investitori sono fiduciosi ed è unanime la volontà dei fondi di investire in asset appartenenti al mondo del Fashion & Luxury, con una particolare predilezione per il segmento *Cosmetics & Fragrances* (53%).



Notes: 1) Other includes Private jets, Cruises, Yachts and Cars | Source: Elaboration on Deloitte survey and interviews with industry experts

Il report è stato presentato oggi nel corso di un evento che ha visto partecipare, oltre ai portavoce Deloitte: **Roberta Benaglia**, Amministratore Delegato, Style Capital SGR SpA; **Ennio Fontana**, Direttore Generale, Roberto Cavalli SpA; **Attilio Bruzzese**, Chief Financial Officer, Sanlorenzo SpA; **Giulia Molteni**, Chief Marketing Officer, Molteni Group SpA.