

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 2023 di Deloitte** il fatturato generato nell'anno fiscale 2022 dalle vendite dei beni di lusso dei primi 100 gruppi al mondo è pari a **347 miliardi di dollari**, 42 miliardi in più dell'anno precedente
- **Prada (18°), Moncler (27°) e Giorgio Armani (30°)** sono i tre principali player italiani in classifica
- **Golden Goose** è l'azienda italiana con crescita maggiore registrando un tasso di crescita annuale composto (CAGR) del 24,1% nel periodo FY2019-FY2022
- **Moncler, Max Mara, Valentino ed Euroitalia** hanno registrato un net profit margin a doppia cifra

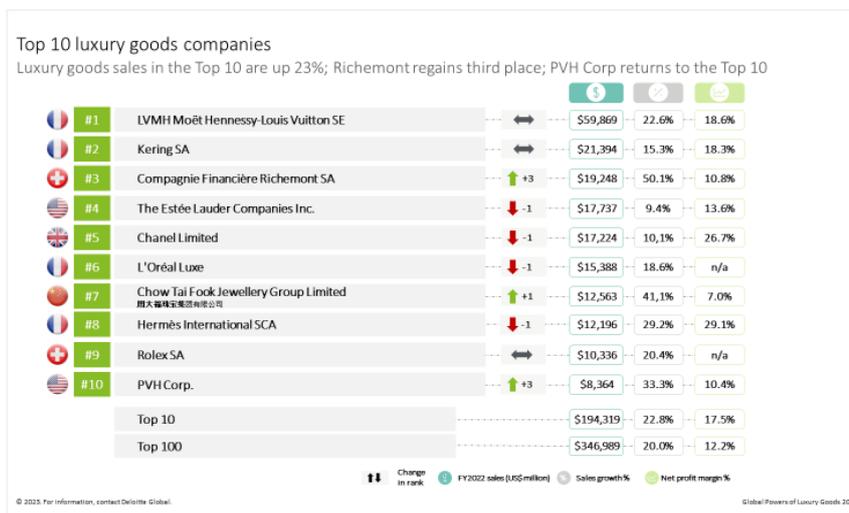
Milano, 15 dicembre 2023 – Durante l'anno fiscale 2022, le 100 più grandi aziende di beni di lusso al mondo hanno generato vendite per **347 miliardi di dollari**, 42 miliardi in più rispetto all'anno passato. Così, i primi 100 player hanno visto una **crescita complessiva del 20%** con un margine di profitto del 13,4%, in aumento di 1,2 punti percentuali rispetto all'anno precedente.

È quanto emerge dalla decima 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 2022¹.

Alle prime due posizioni del podio della Top 10 dei big del lusso si confermano i colossi francesi LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SE, Kering SA, mentre al terzo posto Richemont (Compagnie Financière Richemont) ha preso il posto di The Estée Lauder Companies Inc.

«Il settore del lusso mondiale sta vivendo un ottimo momento, con un giro d'affari che ha raggiunto picchi di crescita da record nell'anno fiscale 2022. Al contempo questi ottimi risultati registrati nel periodo post-pandemico lasciano presagire un futuro consolidamento del mercato e un rallentamento generale della crescita nel corso del prossimo anno, a seguito di una normalizzazione dei consumi», commenta **Ida Palombella**, nuova **Global Fashion & Luxury Industry Co-Leader di Deloitte per l'Italia e il network Global**. «In questo scenario la parte del leone continuano a farla i grandi gruppi del lusso – con le francesi LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SE e Kering SA in testa – ma anche le aziende italiane, che per i consumatori rimangono un sinonimo di eccellenza e di creatività uniche al mondo», spiega Palombella

Figura 1. Le 10 migliori aziende di beni di lusso classificate in termini di vendite



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

Il lusso italiano porta alta la bandiera del Made in Italy

Sono 23 le aziende italiane rappresentanti del **Made in Italy** tra le 100 che costituiscono la graduatoria². Le vendite di tutte le società sono aumentate nell'esercizio 2022 e 21 aziende hanno registrato una crescita a due cifre. Su una base composita, il tasso di crescita delle italiane in classifica è stato del 19,4%, un valore di poco inferiore alla media dell'intera Top 100. Quasi tutte le società sono state redditizie, con margini di profitto a due cifre registrati da Prada, Moncler, Max Mara EuroItalia, Liu.Jo, De Rigo e Morellato.

Golden Goose, Morellato, Moncler, EuroItalia e Brunello Cucinelli rientrano tra le aziende a crescita più rapida, rispettivamente al quinto, undicesimo, dodicesimo, quattordicesimo e diciassettesimo posto, grazie ai CAGR a doppia cifra per il periodo FY2019-2022 (rispettivamente 24,1%, 17,3%, 16,9%, 15,3%, e 14,8%).

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 FY22 dalle aziende italiane presenti nel ranking.

«Le imprese del Made in Italy si confermano un'eccezione mondiale del lusso», commenta **Giovanni Faccioli**, leader Global Fashion & Luxury in uscita. «Il quadro, rispetto all'anno scorso, è stabile: le aziende italiane nella top 100 sono 23 e le migliori performance sono quelle di Prada, Moncler e Armani. Per stare al passo con i grandi gruppi cresce la necessità di innovazione nei processi, della difesa delle filiere, della compliance rispetto alle nuove normative ESG e nella capacità di introdurre grandi trasformazioni tecnologiche come il Digital Product Passport e la GenAI che saranno cruciali nei prossimi anni», conclude Faccioli.

La Francia in vetta alla classifica per il volume di vendite di prodotti di lusso

La Francia continua ad essere il Paese che con solo sette aziende in classifica, di cui quattro in top 10, consegue complessivamente le performance più solide. Nell'anno fiscale 2022, le vendite delle aziende francesi in classifica rappresentano il 32,3% delle vendite totali della Top 100. La dimensione media delle aziende francesi è di 16,0 miliardi di dollari, più di quattro volte la media delle Top 100. Inoltre, sempre le aziende francesi hanno registrato il secondo net profit margin più alto, pari al 19,3%.

Figura 2. Top 20 tra le aziende in più rapida crescita: Farfetch si conferma l'azienda con il tasso di crescita più rapido. Quest'anno sono cinque le aziende italiane tra le venti in più rapida crescita: Golden Goose, Morellato Group, Moncler, EuroItalia e Brunello Cucinelli Spa.

#	Company	Paese d'origine	Posizione in Top 100	FY19-22 CAGR	FY22 sales Growth
1	Farfetch Limited	United Kingdom	53	42,4%	6,3%
2	Grupo de Moda Soma S.A.	Brazil	73	30,0%	37,9%
3	DR Corporation Limited	China	74	29,9%	-20,6%
4	Chow Tai Seng Jewellery Co., Ltd.	China	42	29,7%	25,6%
5	Golden Goose SpA	Italy	75	24,1%	29,9%
6	Puig S.L.	Spain	22	21,3%	40,0%
7	Aritzia Inc.	Canada	52	19,6%	74,3%
8	Audemars Piguet & Cie	Switzerland	31	19,4%	27,2%
9	LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SE	France	1	19,4%	22,6%
10	Hermès International SCA	France	8	19,0%	29,2%
11	Morellato Group	Italy	89	17,3%	49,3%
12	Moncler SpA	Italy	27	16,9%	27,2%
13	Vivara Participações S.A.	Brazil	91	16,3%	25,7%
14	EuroItalia S.r.l.	Italy	66	15,3%	27,2%
15	Inter Parfums, Inc.	United States	56	15,1%	23,6%
16	Thangamayil Jewellery Limited	India	98	15,0%	20,6%
17	Brunello Cucinelli SpA	Italy	58	14,8%	29,1%
18	Chow Tai Fook Jewellery Group Limited 周大福珠宝集团有限公司	China/HK SAR	7	14,0%	41,1%

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

19	Rolex SA	Switzerland	9	13,8%	20,4%
20	Richard Mille SA	Switzerland	48	13,0%	15,0%
FASTEST 20				18,3%	25,7%
TOP 100				8,4%	20,0%

NB. Le aziende in grassetto rientrano tra le "aziende in più rapida crescita" già nel report Global Powers of Luxury Goods 2022

Figura 3. Le 23 aziende italiane nella classifica Top 100 nell'anno fiscale 2022

Global Powers of Luxury Goods Top 100, FY2022, Aziende italiane in classifica									
FY2022 Luxury goods sales rank	Change in rank from FY2021 ³	Name of company	Country of origin	Selection of Luxury Brands	FY2022 Luxury goods sales (US\$M)	FY2022 Total revenue (US\$M)	FY2022 Luxury goods sales growth	FY2022 Net profit margin ¹	FY2019- 2022 Luxury goods sales CAGR ²
18	0	Prada Group	Italy	Prada, Miu Miu, Church's, Car Shoe	4.416	4.416	24,8%	8,8%	9,2%
27	0	Moncler SpA	Italy	Moncler, Stone Island	2.736	2.736	27,2%	19,2%	16,9%
30	-2	Giorgio Armani SpA	Italy	Giorgio Armani, Emporio Armani, A X Armani Exchange	2.473	2.478	16,5%	8,4%	3,0%
36	-2	OTB SpA	Italy	Diesel, Jil Sander, Maison Margiela, Marni, Viktor&Rolf	1.760	1.832	12,5%	8,6%	3,7%
39	-8	Max Mara Fashion Group Srl	Italy	MaxMara, SportMax, Marina Rinaldi, Max & Co, PennyBlack	1.682 ^e	1.682 ^e	4,8%	13,8%	-0,7%
41	-3	Ermenegildo Zegna N.V.	Italy	Zegna, THOM BROWNE	1.569	1.584	15,5%	-9,8%	4,2%
43	-3	Valentino SpA	Italy	Valentino, Valentino Garavani	1.491	1.499	15,7%	10,2%	5,1%
45	5	Dolce & Gabbana	Italy	Dolce&Gabbana	1.454	1.623	28,0%	3,3%	-2,5%
49	-8	Salvatore Ferragamo SpA	Italy	Salvatore Ferragamo	1.313	1.316	10,2%	7,1%	-3,1%
54	-5	Safilo Group SpA	Italy	Smith, Safilo, Carrera, Blenders, Privé Revaux; Licensed eyewear brands	1.132	1.132	11,1%	2,1%	4,7%
57	-2	TOD'S SpA	Italy	Tod's, Roger Vivier, Hogan, Fay	1.080	1.080	14,1%	-0,7%	3,5%
58	0	Brunello Cucinelli SpA	Italy	Brunello Cucinelli	967	967	29,1%	7,8%	14,8%
66	-2	EuroItalia S.r.l.	Italy	Reporter, Naj-Oleari, Atkinsons 1799, I Coloniali; Licensed Fragrance brands: Moschino, Versace, Missoni, Dsquared2, Michael Kors	721	730	27,2%	22,3%	15,3%
71	-3	Marcolin Group	Italy	WEB, Viva, Marcolin; Licensed eyewear brands	575	574	20,2%	33,4%	4,0%
75	-1	Golden Goose SpA	Italy	Golden Goose	527 ^e	527 ^e	29,9%	n/a	24,1%
76	-4	Liu.Jo SpA	Italy	Liu.Jo	525	540	21,7%	4,1%	8,4%
80	-9	De Rigo SpA	Italy	Police, Lozza, ST!NG, Yalea Licensed eyewear brands	467	481	6,7%	6,4%	-0,1%
88	-9	Aeffe SpA	Italy	Moschino, Pollini, Alberta Ferretti, Philosophy di Lorenzo Serafini	370	382	8,4%	3,6%	0,1%
89	11	Morellato Group	Italy	Morellato, Sector, Philip Watch, licensed brands	363	373	49,3%	7,2%	17,3%
90	-3	Fashion Box SpA	Italy	Replay	357 ^e	357 ^e	22,7%	1,8%	10,3%
92	-10	Furla SpA	Italy	Furla	354	354	10,0%	0,4%	-12,5%
97	-5	Cris Conf SpA	Italy	Pinko	294	300	17,7%	2,4%	10,1%
100	-9	Etro SpA	Italy	Etro	284 ^e	284 ^e	13,0%	n/a	-1,6%

^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 FY2021 ranking from the Global Powers of Luxury Goods 2022 report
^{*}Top 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 2023. Analysis of financial performance and operations for financial years ended Jan 1-Dec 31 2022 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 2022 (per gli esercizi finanziari che si concludono il 31 dicembre 2022) 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 2020-2023 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 2022. 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).