

M&A IN CRESCITA NEL SETTORE MODA

Anna Bertolini

In un periodo di crisi dove la maggior parte degli indicatori si caratterizza per il segno meno, nel settore moda si registra controcorrente un risultato in crescita. È quello relativo alle operazioni di merger & acquisition, cioè tutte quelle azioni di finanza straordinaria che portano alla fusione di due o più società. Secondo Pambianco Strategie d'Impresa (fonte dei dati riportati in questo articolo) nel 2012 sono state portate a termine 114 operazioni con un incremento rispetto all'anno precedente del 25%. Una crescita che si è particolarmente sentita nel secondo trimestre del 2012 che ha messo a segno 35 operazioni contro le 20 dello stesso periodo del 2011 con un differenziale di +75%. Numeri questi che fanno pensare a una concentrazione del settore moda, sempre più nelle mani di grandi gruppi. Sono, infatti, i fondi di private equity a essere tra i player più attivi in ambito M&A con il 22% delle operazioni realizzate, seguiti dalle imprese di abbigliamento, dagli investitori privati e dal settore della distribuzione. Tutto fa, inoltre, pensare che il 2013 seguirà il trend degli ultimi anni con protagonisti i fondi di private equity e investitori esteri.

L'Italia nel mirino

L'11% delle operazioni di fusione e acquisizione si sono realizzate in Italia e hanno avuto come attori principali soggetti esteri.

I fondi di private equity sono tra i soggetti più attivi nelle acquisizioni. L'Italia si conferma meta di interesse

Ciò conferma quanto il nostro Paese continui a essere meta di interesse per investitori stranieri e quanto le imprese della moda e del lusso italiane siano una preda ambita agli occhi di molti. Restando sempre in ter-

ritorio italiano, il 21% delle operazioni è avvenuto tra operatori italiani e solo l'8% delle azioni ha coinvolto oltreconfine player del nostro Paese. Poche, dunque, le operazioni di acquisizione o fusione d'impresе italiane

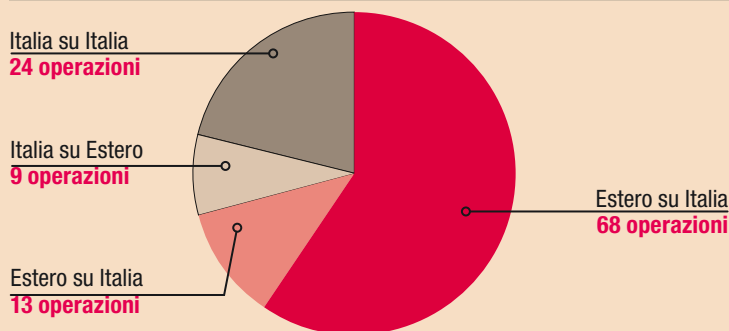
all'estero: un'assenza da leggere probabilmente tra le pieghe della crisi che rende caute le strategie di espansione delle aziende. Di fatto la maggior parte degli interventi è avvenuto tra soggetti esteri (60% del totale).

Chi fa cosa

Scorrendo la lista delle operazioni svolte in Italia, merita una nota l'acquisizione di Valentino, ceduto da Permira alla società di investimento Mayhoola, gruppo che fa capo al fondo sovrano del Qatar e che ha acquisito anche l'1% di Lvmh e il 5,2% di Tiffany. Sempre in ambito abbigliamento, Only the Brave (Diesel) ha portato a termine l'acquisizione di Marni, casa di moda italiana fondata dalla stilista Consuelo Castiglioni nel 1994, ampliando così il proprio portafoglio marchi. Attivo anche il settore dell'occhialeria, con l'acquisizione, da parte di Luxottica, della catena Sun Planet, del marchio Alain Mikli e di una quota di minoranza di Salmoiraghi&Viganò, nonché il conseguimento da parte del fondo di private equity Pai Partners dell'azienda italiana Marcolin. All'estero tra le operazioni più interessanti, l'acquisizione del marchio americano J Brand da parte di Fast Retailing, gruppo giapponese conosciuto per il core brand Uniqlo, e l'unione di due colossi con il gruppo Pvh (Calvin Klein e Tommy Hilfiger) che ha preso il controllo di Warnaco.

Maggiore vitalità tra soggetti esteri

operazioni per Paese di appartenenza dell'acquirente



Fonte: Pambianco Strategie di Impresa

Evoluzione delle operazioni di M&A

numero di azioni negli ultimi due anni

Trimestre	2011	2012	Differenziale (%)
I	24	21	-12
II	20	35	+75
III	14	19	+36
IV	33	39	+18
Totale	91	114	+25

Fonte: Pambianco Strategie di Impresa