

Lusso, meno griffe e più digitale Così le nuove strategie dei fondi

Il rapporto Deloitte: l'Italia resta il primo Paese nell'interesse del private equity

Investimenti

di **Maria Silvia Sacchi**

Se si scorre l'elenco delle prime dieci operazioni realizzate da private equity nel lusso lo scorso anno si capisce immediatamente dove il settore si stia dirigendo: verso i grandi distributori digitali di lusso. Sono tre su 10 e due si piazzano tra i primi cinque deal in assoluto del 2016 (S&B e Global fashion group, rispettivamente al primo e quinto posto). È questo il nuovo terreno di conquista degli investitori istituzionali mappati da Deloitte nel suo rapporto sul 2016

L'e-commerce

Tra le prime dieci acquisizioni vincono le piattaforme per l'e-commerce

e sulle intenzioni di investimento 2017. Un occhio particolare è rivolto agli operatori internazionalizzati sull'Asia (e, qui, l'Italia ha alcune società interessanti, anche se l'analisi Deloitte non fa alcun nome).

Insomma, il lusso piace sempre tantissimo ai private equity, tanto che il 95 per cento di quelli intervistati da Deloitte prevede di fare investimenti nel settore, ma «non si limita più ai marchi conosciuti», come spiegano Elio Milanoni e Tommaso Nastasi, i partner della società di consulenza che hanno curato il rapporto a livello Emea. Nelle prospettive per questo 2017 «Luxury-Digital è la nuova voce raggiunge quasi il 20% del consenso degli investitori». E già si intravede un altro setto-

re emergente, la cosmetica; che peraltro ben si presta alle vendite via internet.

D'altra parte, non potrebbe essere diversamente considerato l'impatto travolgente che il digitale ha avuto sui consumi del lusso.

Ed ecco perché c'è tanta attenzione sul duello a distanza tra Federico Marchetti e Natalie Massenet. Ovvero tra Ynap, la società nata dall'unione Yoox (fondata da Marchetti) e Net-à-porter, e la portoghese Farfetch, la piattaforma dove poche settimane fa è sbarcata come amministratrice delegata Natalie Massenet, che di Net-à-porter era stata la fondatrice. Farfetch sbarcherà in Borsa? Ieri intanto a Londra la neo capoazienda ha presentato in un incontro a porte chiuse la sua idea di negozio di lusso del futuro.

«All'interno Emea il settore Fashion and luxury è stato terreno fertile per le attività di merger and acquisition - dice il rapporto Deloitte - con 103 operazioni registrate nel 2016, con un incremento di 19 offerte rispetto all'anno precedente». L'Italia in particolare ha mostrato un aumento significativo (+9 operazioni), seguita però dalla Germania, segno che gli investitori stanno allargando lo spettro dei mercati a cui stanno guardando.

Quest'anno andrà meglio. I fondi che hanno dichiarato il proprio interesse a investire puntano su abbigliamento e accessori (70%), cosmetici e profumi (48%), distribuzione selettiva al dettaglio (30%),

orologi & gioielli (28%), mobili (23%), di lusso digitale (18%). Con delle differenze. Mentre, infatti, i primi investitori sono più attratti da segmenti innovativi (Luxury Digital), i nuovi arrivati preferiscono settori consolidate all'interno del settore come cosmetici e profumi.

Gli investitori sono in genere interessati a piccole (40%) e medie (33%) imprese, anche se il consolidamento del settore sta facendo crescere di dimensioni le società e per gli

103 operazioni

Sono state realizzate 103 operazioni, 19 in più rispetto all'anno precedente

investitori la probabilità di raggiungere un ritorno sugli investimenti superiore al 20% è più elevato per le imprese medio-grandi.

Nonostante i mercati siano diventati indubbiamente più difficili e si stia assistendo a una scrematura tra i marchi (sempre più ci saranno vincitori e perdenti, fatto nuovo per il lusso che ha goduto di un decennio di continua crescita grazie all'espansione dei mercati e all'apertura di negozi), nei prossimi 3 anni gli investitori si aspettano una crescita tra il 5-10%. Molto meglio di quanto pensavano solo un anno fa. Nonostante Trump, nonostante Brexit. Con un grazie, sempre grazie, all'Asia Pacifico e al Medio Oriente.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il report

● Le piattaforme di vendita online dei prodotti di lusso entrano nel mirino degli investitori e le previsioni di crescita del mercato sono ancora più positive dell'anno precedente

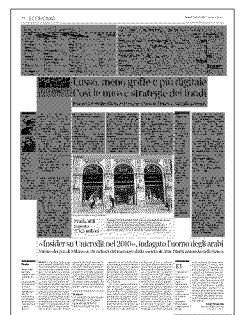
● Nel 2016 sulle prime 10 operazioni di M&A, tre hanno riguardato operatori di e-commerce e retail rivolti, in particolare, al mercato asiatico

● Sono i dati principali del report Deloitte «Emea fashion & luxury private equity and investors 2017» che analizza l'andamento del settore del lusso

Leader



La Sceicca Moza Bint Nasser del Qatar (foto in alto), che attraverso il fondo Mayhoola ha acquisito la maison Balmain e (sotto) Natalie Massenet, da poco nominata amministratrice delegata della piattaforma online Farfetch

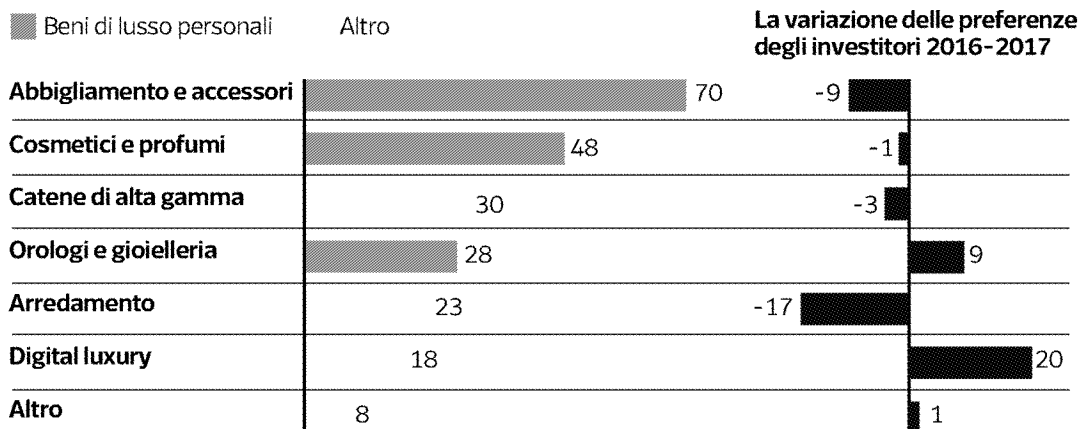


Lusso: le prime 10 operazioni del 2016

Marchio	Settore	Acquirente	Valore dell'operazione in milioni di euro
S&B	Retail online	Permira	761
Rimowa	Pelletteria	LVMH	716
Balmain	Lusso	Mayhoola	563
Doubletree	Alberghi	Bathia family	405
Global Fashion Group	Piattaforma online	Rocket	363
Rezidor	Alberghi	HNA Sweden	314
Acrotec	Componenti orologi	Castik Cotl	292
Reiss	Fashion retail	Warburg Pincus	288
Moncler	Lusso	Temasek	286
Amor	Gioielli	Gilde BO Partners	222
BoConcept	Design	Layout Bidco	220

Fonte: Deloitte

I settori più interessanti per gli investitori (percentuale delle risposte)



Corriere della Sera