

Euler Hermes ITALIA



# LA MODA ITALIANA TORNA A SFILARE

L'analisi di Euler Hermes

Ottobre 2021

A company of **Allianz** 

 EULER HERMES

# LA MODA ITALIANA TORNA A SFILARE



- 2 L'eredità del Covid-19
- 2 L'indagine sul Sistema Moda
- 3 Fine di un incubo: riemergere dalla pandemia
- 3 Un settore al riparo dai fallimenti
- 4 2021: la moda traina la ripresa
- 4 I consumi trainano le vendite
- 4 Le imprese alla ricerca di manodopera qualificata
- 5 Nuove professioni per innovare il settore
- 5 Si torna a produrre in Italia
- 6 Prospettive future per dimenticare la pandemia

## L'eredità del Covid-19

Il Covid-19 ha colpito anche la moda, uno dei settori simbolo del Made in Italy. E lo ha fatto andando a incidere principalmente sul fabbisogno di circolante delle aziende del settore, oltre che sulle occasioni di vendita, in Italia ma soprattutto all'estero.

Secondo i bilanci del 2020 raccolti dalla Banca Dati di Euler Hermes, il **ciclo di conversione delle vendite** ha richiesto **13 giorni in più** rispetto al 2019, passando da una media di **97** a una media di **110** giorni.

Vendere è divenuto più difficile, ma soprattutto più lento. Un aumento dei tempi legato principalmente all'incremento dei giorni medi di incasso dei crediti commerciali (**DSO**), passati **da 76 a 82 giorni**, e all'aumento dei giorni di rotazione del magazzino (**DIO**), che invece sono passati **da 87 a 96 giorni**.

Le chiusure per settimane degli esercizi commerciali, i lockdown prolungati, ma anche la ridotta propensione all'acquisto degli italiani, sono i fattori alla base di questa tendenza che ha tolto ossigeno alla catena di fornitura italiana, dall'ingrosso al dettaglio.

## L'INDAGINE SUL SISTEMA MODA

Euler Hermes ha realizzato in collaborazione con l'**Istituto di ricerca Format Research** una indagine sulle imprese manifatturiere del settore "moda". Lo studio è stato realizzato con la tecnica delle interviste telefoniche (Sistema Cati) presso un campione statisticamente rappresentativo dell'universo delle imprese del settore con oltre 10 addetti (**300 interviste in totale**). L'indagine ha consentito di approfondire l'evoluzione dei seguenti fenomeni: le esigenze delle imprese in termini di manodopera qualificata; le nuove politiche delle imprese in termini di internazionalizzazione a seguito dell'accorciamento delle filiere di fornitura globali e il "**valore**" della cosiddetta "**sub-fornitura**" presso le imprese del settore.

La rilevazione è stata effettuata nella prima metà del mese di ottobre 2021.



I mancati incassi hanno di conseguenza aumentato il **fabbisogno di Capitale Circolante**, quantificato su scala nazionale **tra i 400 e i 500 milioni di euro**, che tuttavia sono stati in parte coperti dalle misure messe in campo tanto dal Governo quanto dalle istituzioni finanziarie, essenziali per preservare il tessuto produttivo e imprenditoriale italiano.



## Fine di un incubo: riemergere dalla pandemia

L'emergenza sanitaria ed economica legata al Covid-19 ha avuto un contraccolpo significativo sulle imprese della moda in termini di ricavi e performance.

Il **51%** delle imprese è infatti stato colpito **negativamente**, l'**8%** delle imprese ha avuto effetti **"devastanti"**, mentre per il **31%** le conseguenze sono state **minime**.

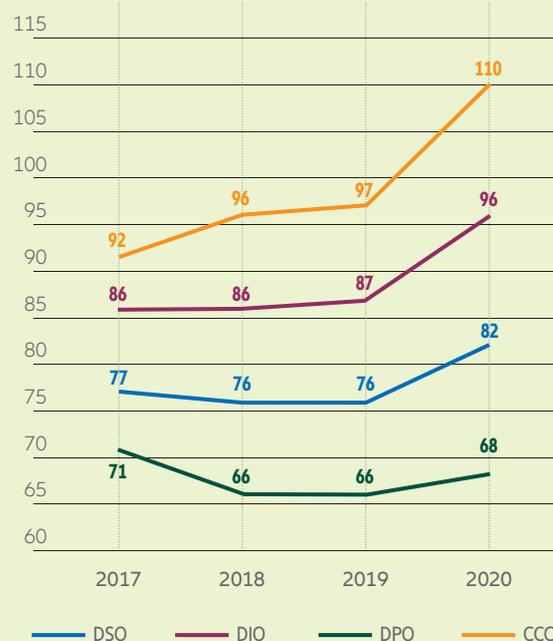
A guardare il difficile percorso di risalita che le imprese stanno compiendo, il **77%** delle imprese sembra essere **oggi ancora lontano dai livelli pre-pandemia**, e solo il 24% dichiara di avere recuperato i livelli di fatturato e performance pre-Covid.

Più nel dettaglio il 9% delle imprese registra ancora performance negative senza accenni di ripresa, il 68% si sta riprendendo ma non ha ancora recuperato i livelli pre-Covid in termini di ricavi, il 22% delle imprese ha del tutto recuperato i livelli pre-Covid ed il 2% sta facendo registrare performance addirittura migliori rispetto a quelli precedenti la pandemia.

## Capitale Circolante

Fonte:  
Banca dati Euler Hermes Italia

	2017	2018	2019	2020
<b>DSO</b>	77	76	76	82
<b>DIO</b>	86	86	87	96
<b>DPO</b>	71	66	66	68
<b>CCC</b>	92	96	97	110



## Un settore al riparo dai fallimenti

Nonostante queste difficoltà, **il rischio fallimento** – diffusissimo negli altri comparti merceologici – **ha solo sfiorato il settore della moda**. A livello di fallimenti le aziende della moda occupano infatti gli ultimi posti in Italia per numero di procedure.

Dopo la fine del blocco imposto dal governo, l'onda lunga della crisi del Covid-19 ha invece avuto un riflesso nell'aumento delle procedure concorsuali registrate da gennaio ad agosto 2021 rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.

L'effetto trascinamento è causato dai consumi che stentano a riprendersi dopo la caduta del 2020, dalla flessione dei mercati di sbocco che continua nel 2021 in alcuni Paesi (Repubblica Ceca, Russia su tutti) e dal corto circuito finanziario innescato dalla interruzione della catena delle forniture. A pagare il prezzo più salato sono naturalmente le realtà più piccole, fragili e meno attrezzate dal punto di vista patrimoniale.

## 2021: la moda traina la ripresa

Dopo il contraccolpo del 2020, il 2021 è stato l'anno della ripartenza anche per la moda. Nei primi sette mesi il settore ha seguito il trend generale, crescendo in termini di fatturato del 22,2% contro il +27,2% messo a segno dal settore manifatturiero rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Ancora nei primi sette mesi del 2021 la **produzione industriale** ha segnato un **+14,3%**, leggermente inferiore al +17,9% della media nazionale.

L'**export di settore**, che rappresenta il **10,4%** del totale nazionale, è cresciuto nello stesso periodo del 22,1% grazie all'exploit della pelletteria (+25,5%), con differenze poco marcate tra mercati Ue ed extra Ue. In forte calo, invece, l'import di prodotti tessili (-33,1%) soprattutto da Regno Unito, Usa, Svizzera e Cina (-76,1%).

## Le imprese alla ricerca di manodopera qualificata

La chiave per il futuro, in tutti i settori produttivi, sarà legata alla capacità di sfruttare al meglio lo scivolo della ripresa e naturalmente i sostegni arrivati e che arriveranno dallo Stato e dall'Unione Europea. Per farlo sarà strategico poter contare su una **manodopera qualificata** in grado di assicurare **qualità ed efficienza alle imprese** stesse.

Per le imprese del settore moda tutto questo non è scontato. Negli ultimi cinque anni infatti il 76% delle società attive nel settore ha avuto la necessità di

dotarsi di forza lavoro qualificata, mentre il **47%** ha avuto **difficoltà nella ricerca del personale** di cui aveva bisogno.

Queste difficoltà sono risultate più accentuate presso le imprese di dimensioni minori (10-49 addetti),



presso le imprese dell'abbigliamento e presso quelle operative nelle regioni del Nord-Est e del Sud. Le figure qualificate per cui le imprese hanno trovato maggiori difficoltà nel reperimento sono state quelle dei **sarti**, dei **conduttori di macchine utensili** e dei **confezionatori**. A causa della mancanza di candidati con le competenze richieste, il 70% delle imprese ha dovuto rinunciare o ha dovuto posticipare la ricerca delle figure specializzate delle quali aveva bisogno, con tutto ciò che questo ha potuto significare in termini di **riduzione delle performance** delle imprese sul mercato e conseguente riduzione di competitività.

A questo proposito, un'impresa su due ritiene che nei prossimi cinque anni sarà ancora più difficile trovare manodopera qualificata addetta alla produzione, mentre solo per il 7% degli intervistati il reperimento di personale qualificato diventerà più semplice. Come conseguenza, nel corso dei prossimi cinque anni, le imprese manifatturiere della moda che avranno difficoltà a reperire manodopera qualificata passeranno dal 36 al 52%.



GENNAIO / LUGLIO 2021

PRODUZIONE INDUSTRIALE

**+14,3%**

(media nazionale = +17,9%)

## I consumi trainano le vendite

La ripresa del settore è naturalmente trainata dalla ripresa generale dei consumi. **Dai negozi ai ristoranti gli italiani hanno ricominciato a spendere** con un riflesso evidente sull'economia e sull'andamento dei vari settori produttivi.

Rispetto a luglio 2020, il valore delle vendite al dettaglio è cresciuto su tutti i canali distributivi: la grande distribuzione, le imprese operanti su piccole superfici, le vendite al di fuori dei negozi e il commercio elettronico. Gli **aumenti maggiori** hanno riguardato **abbigliamento e pelletteria (+15,4%)** e il settore delle **calzature, articoli in cuoio** e da viaggio **(+12,0%)**.





2020 / 2023  
**NUOVE COMPETENZE  
E NUOVI SKILLS**

1 GRAPHIC DESIGNER  
**23%**

1 RICERCATORE DI TENDENZE  
**17%**

1 SOCIAL MEDIA MANAGER  
**16%**

1 RESPONSABILE SOSTENIBILITÀ  
**12%**



## Nuove professioni per innovare il settore

Oltre alle figure più tradizionali, le imprese manifatturiere del settore moda hanno provveduto da tempo a inserire nei propri organici “nuove figure professionali”, portatrici di **competenze e skills nuovi** rispetto al passato. Si tratta di una tendenza importante che in qualche modo evidenzia la capacità del settore di fare innovazione sia di prodotto sia “organizzativa”.

Ad oggi il 40% dell’industria della moda si è ormai dotato di figure professionali nuove rispetto al passato e tale tendenza è destinata a crescere nei prossimi due anni. Il **24%** delle imprese si è inoltre dotato di un **responsabile e-commerce**, una percentuale **che salirà al 32% entro i prossimi due anni**.

Allo stesso modo il **23%** delle aziende ha inserito all’interno dei propri organici un **graphic designer**, il **17%** un **ricercatore di tendenze**, il **16%** un **social media manager**, il **12%** un responsabile per la **sostenibilità**.

## Si torna a produrre in Italia

I mercati esteri sono da sempre un territorio di sviluppo e di crescita per le aziende del settore moda. Lo sono tanto per le vendite, quanto per la produzione. Attualmente il **13%** delle imprese produce **sia in Italia che all’estero**.

Tra le imprese che producono anche all’estero, il 40% ha avviato politiche di diversificazione dei processi produttivi mentre il 60% continuerà a produrre all’estero come sta già facendo. All’interno del 40% che sta valutando un cambio delle strategie produttive, il **4%** ha già deciso di **riportare tutta la produzione in Italia** entro i prossimi due anni, il 6% ha deciso che sposterà la produzione in paesi più vicini all’Italia, mentre il 30% circa ha deciso che comunque sposterà le proprie attività produttive dai siti attuali all’estero, anche se deve ancora definire i dettagli delle proprie politiche in tal senso.

**Significativo rimane comunque il dato dei subfornitori**. Il **74%** delle imprese del settore lavora con contratti di subfornitura, che rappresentano il 58% del fatturato.

## Prospettive future per dimenticare la pandemia

Con il ritorno delle sfilate in presenza e delle vendite di un tempo, la moda si riprende il suo ruolo centrale all'interno dell'economia italiana.

Insieme alle vendite è ripartita anche la produzione in particolare all'interno di **distretti produttivi di eccellenza come Prato**, dove crescono le richieste di operai specializzati. Stesso discorso per le **oltre 350 imprese tessili abruzzesi** che si concentrano nella parte settentrionale della regione. I prezzi alla produzione sono però ancora in forte rialzo riflettendo le tensioni sui mercati delle materie prime.

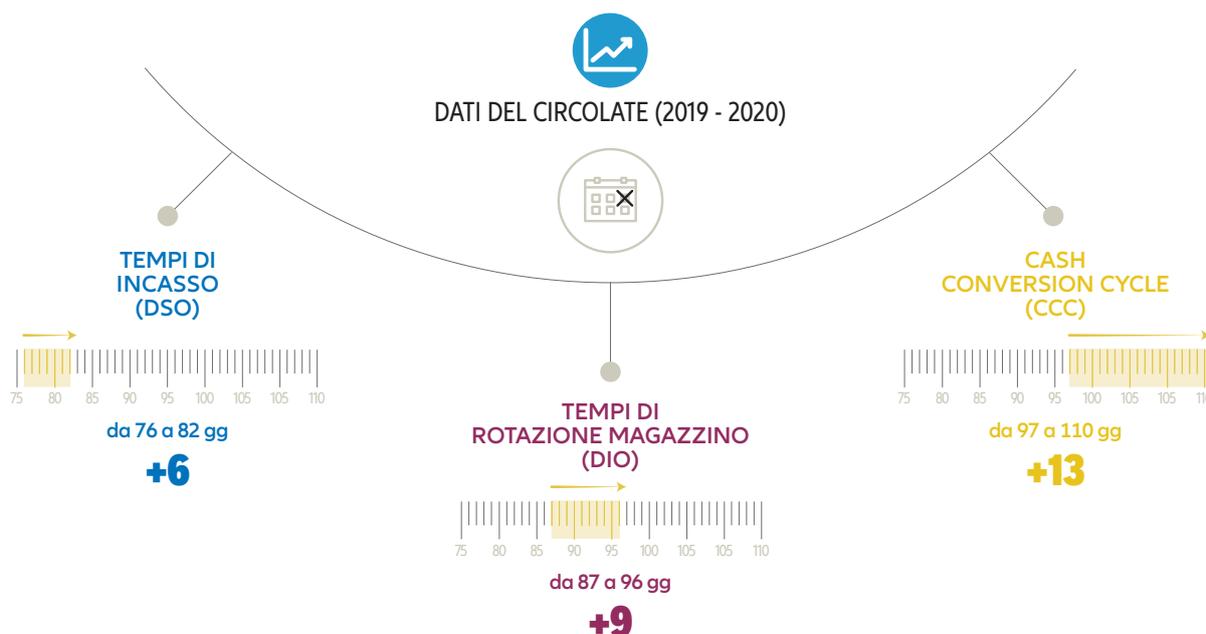


A livello nazionale si ampliano i progetti dei poli produttivi incentrati sul *fashion luxury* e la **diversificazione delle maison in altri settori come la ristorazione**. In crescita anche il **riciclo** e i progetti di **sostenibilità** dell'impatto ambientale – specie nel *fast fashion* – nell'ottica della compensazione delle emissioni di CO<sub>2</sub>, anche se la moda circolare ha (ancora) ampissimi margini di miglioramento.

A livello globale i punti di forza dell'industria della moda rimangono la forte domanda di dispositivi di protezione personale e le tendenze strutturali favorevoli di alcuni segmenti (**abbigliamento sportivo, lusso, design**) che sono innovativi e in perenne trasformazione.

I **punti di debolezza** sono rappresentati dall'agguerrita **concorrenza** di Paesi emergenti come la **Cina**, dalla vulnerabilità delle catene di approvvigionamento globali agli shock esterni (pandemie, tensioni commerciali) e dalla pressione molto forte da parte dei grandi clienti. L'**e-commerce**, oltre a continuare nel suo **tumultuoso sviluppo**, aumenta la concorrenza dal lato dei **prezzi** così come il successo del mercato dell'**usato** e del **vintage** che sono in rapida crescita nelle economie mature.

## ANALISI FINANZIARIA IN SINTESI



## Euler Hermes

Euler Hermes è il leader mondiale dell'assicurazione crediti, specializzata in cauzioni, recuperi, credito commerciale strutturato e rischio politico.

Grazie ad una banca dati proprietaria e a una rete di specialisti in loco, analizza quotidianamente l'evoluzione della solvibilità di aziende che rappresentano il 92% del PIL mondiale. Offre alle imprese la garanzia di operare con sicurezza e di ottenere il pagamento dei propri crediti. Ogni volta che si stipula una polizza di assicurazione crediti o altre soluzioni finanziarie, la priorità è la protezione predittiva e prevenire l'insoluto.

Il rating AA di S&P e l'appartenenza al Gruppo Allianz testimoniano la solidità di Euler Hermes sui mercati internazionali.

Il Gruppo, con sede a Parigi, è presente in oltre 50 Paesi con oltre 5.800 collaboratori.

Nel 2020 Euler Hermes ha coperto transazioni commerciali per un ammontare totale di 824 miliardi di euro.

Per ulteriori informazioni: [www.eulerhermes.it](http://www.eulerhermes.it)



**Euler Hermes Italia**

Via Raffaello Matarazzo, 19  
00139 Roma

Piazza della Repubblica, 14  
20121 Milano

Scopri come possiamo supportare  
la tua impresa con le nostre soluzioni  
per la gestione dei crediti commerciali:

[www.eulerhermes.it](http://www.eulerhermes.it)

Seguici su   

**RIPRODUZIONE RISERVATA**

Il presente documento riflette il parere del Servizio Studi di Euler Hermes Italia. Le informazioni, le analisi e le previsioni contenute nel presente documento si basano su ipotesi e punti di vista attuali del Servizio Studi e sono di natura prospettica. A questo proposito, Euler Hermes Italia non ha alcuna responsabilità per la utilizzazione del presente documento e declina, a tal fine, ogni responsabilità. Inoltre, queste analisi sono suscettibili di modifiche in qualsiasi momento