

Focus settoriale.

Settore moda

1. Definizione del settore

Il settore della moda in Italia è caratterizzato da oltre 150.000 aziende, che impiegano più di 5 milioni di dipendenti e hanno generato un fatturato di 111,7 miliardi di euro nel 2022. Il fenomeno della digitalizzazione rappresenta uno dei principali motori della crescita, portando l'industria a costituire, sempre nel 2022, il 5,2% del Pil del Paese. Tuttavia, la crescita è trainata esclusivamente da un aumento dei valori delle vendite, poiché si registra un forte calo dei volumi, segnando così la fine del rimbalzo economico post-pandemia. Infatti, la riduzione dei margini a causa dell'aumento dei costi dell'energia e delle materie prime contribuisce tuttora a creare un senso di incertezza nel contesto attuale.

Inoltre, le prime 20 aziende tra le principali 152 del settore della moda in Italia, caratterizzate da vendite superiori ai 100 milioni di euro, costituiscono da sole il 52% delle vendite totali, evidenziando un mercato fortemente concentrato ai vertici. La presenza di gruppi stranieri è altresì rilevante in Italia, specialmente nel segmento lusso, sottolineando l'importanza globale del Made in Italy.

Anche nel 2023 e negli anni futuri, gli investimenti nel settore della moda continueranno a essere significativi, con la sostenibilità che emerge come uno dei fattori preponderanti. Infatti, i fenomeni del fast-fashion e della sovrapproduzione hanno posto l'industria sotto una forte attenzione, richiedendo per il futuro chiari obiettivi sostenibili dal punto di vista economico, ambientale e sociale.

2. Caratteri della popolazione

2.1. Estrazione dati

L'industria della moda in Italia non è rappresentata da un unico codice Ateco dall'Istat. Pertanto, è necessario considerare e osservare, nel campione, le aziende corrispondenti ai seguenti macro-codici Ateco:

- 13 – Industrie tessili;
- 14 – Confezione di articoli di abbigliamento; confezione di articoli in pelle e pelliccia;
- 15 – Fabbricazione di articoli in pelle e simili;
- 32 – Altre industrie manifatturiere (e in particolare 32.1).

All'interno di questi codici Ateco, sono state individuate le imprese con le seguenti caratteristiche:

- società non quotate;
- con sede legale nella Città metropolitana di Milano;
- giuridicamente attive;
- con bilanci d'esercizio del 2021, 2022 o 2023 a seconda della disponibilità dei dati.

Successivamente, partendo da questo insieme, il campione è stato ristretto alle prime cento imprese per fatturato per ogni codice Ateco. Sono stati quindi analizzati i sottocodici di riferimento e le principali caratteristiche di ciascun codice Ateco, come illustrato di seguito.

2.2. Definizione del campione

Il codice Ateco 13 appartiene alla sezione delle industrie manifatturiere e fa riferimento alle industrie tessili. In particolare, si sotto-articola in:

- 13.1 – Preparazione e filatura di fibre tessili;
- 13.2 – Tessitura;
- 13.3 – Finissaggio dei tessili;
- 13.9 – Altre industrie tessili.

Il codice Ateco 14 si riferisce anch'esso alle attività manifatturiere e si suddivide nelle seguenti categorie:

- 14.1 – Confezione di articoli di abbigliamento;
- 14.2 – Confezione di articoli in pelliccia;
- 14.3 – Fabbricazione di articoli di maglieria.

Il codice Ateco 15, relativo alle attività manifatturiere, si riferisce in particolare a:

- 15.1 – Preparazione e concia del cuoio; Fabbricazione di articoli da viaggio, borse, pelletteria e selleria; preparazione e tintura di pellicce;
- 15.2 – Fabbricazione di calzature.

Il codice Ateco 32 completa il quadro del settore, includendo anche le altre industrie manifatturiere che rientrano nel segmento del fashion, in particolare:

- 32.1 – Fabbricazione di gioielleria, bigiotteria e articoli connessi; lavorazione delle pietre preziose.

Considerando i codici Ateco in esame, il campione permette di avere una panoramica dettagliata del settore. In particolare, considerando le prime cento imprese per fatturato per ogni codice Ateco analizzato, la rilevazione presenta le seguenti caratteristiche.

Settore moda: prime cento imprese per Ateco

Numero di imprese considerate	400
Numero di dipendenti	39.566
Ricavi delle vendite	€ 16.425.628.000
Totale risultato operativo	€ 1.135.025.000
Totale utile/perdita	€ 810.723.000

I dati che emergono mostrano che le prime cento imprese per ogni codice Ateco, nel campione analizzato, rappresentano circa il 73% dei ricavi totali, l'80% dell'utile di esercizio e circa il 56% del capitale umano impiegato. Questa concentrazione ai vertici del campione riflette le principali tendenze del settore della moda, dove l'elevato *pricing power* (la capacità di stabilire i prezzi senza che ciò influisca negativamente sulla domanda) e i canali di distribuzione diretta delle maggiori aziende consentono di ottenere i risultati migliori.

3. Diffusione del Report di Sostenibilità

3.1. Rilevanza per il settore

In un settore dinamico come quello della moda, il tema della sostenibilità è divenuto di cruciale importanza. Una visione olistica, che includa il dialogo e la considerazione degli interessi di tutti gli stakeholder, è imprescindibile per un'impresa sostenibile dal punto di vista ambientale, sociale ed economico. Inoltre, l'evoluzione stringente delle direttive europee delinea un nuovo scenario in cui l'intera catena del valore delle imprese è chiamata ad agire in modo concreto.

La quasi totalità delle imprese italiane del settore moda sta integrando dinamiche di sostenibilità nelle proprie pratiche operative aziendali. Nonostante il 58% delle aziende investa in sostenibilità per ragioni di competitività e questi investimenti siano in crescita, poche imprese attualmente raggiungono un livello avanzato di sostenibilità. Infatti, la consapevolezza in materia è ancora ridotta e il 47% delle imprese tende a sovrastimare il valore delle proprie pratiche, alimentando il fenomeno del greenwashing.

In ogni caso, circa il 78% delle imprese analizzate prevede di ottenere dei ritorni positivi, soprattutto in relazione all'intera filiera, attraverso la monetizzazione degli impatti e la riorganizzazione delle procedure operative. Pertanto, aspetti come il controllo della catena di fornitura e la trasparenza dei processi produttivi sono fondamentali per il reporting di sostenibilità, evidenziando che una misurazione completa delle performance è essenziale per una transizione sostenibile reale e concreta.

3.2. Tasso di adozione

Sono stati osservati i siti web delle prime cento aziende per fatturato di ogni codice Ateco del campione in esame per verificare in primis la presenza o l'assenza di un report di sostenibilità nelle sue più varie forme. In seguito, se presente un report di sostenibilità, si è analizzata la rendicontazione per la rilevazione di una serie di caratteri, come l'anno di pubblicazione del primo report, la lunghezza, gli standard e i framework utilizzati, la tipologia di materialità, la metodologia di analisi e gli stakeholder consultati.

Dopo aver costruito il campione di analisi, si è indagata la presenza di un report di sostenibilità come scelta volontaria, al fine di comprendere per quali aziende il tema della sostenibilità rappresenti un vero e proprio valore trasformativo, tanto per l'azienda stessa quanto per l'intera filiera.

Concentrandoci sulle prime cento imprese per ciascun codice Ateco del campione analizzato, emergono dieci aziende che pubblicano un report di sostenibilità. Tuttavia, se si includono anche i riferimenti ai report del gruppo a cui appartengono, vengono rilevate 28 ulteriori imprese.

Le imprese rilevate si articolano come segue:

Ateco 13	
Report di sostenibilità indipendente	Rimandi al gruppo
Alcantara S.p.A.	Framis Italia S.p.A.
Brandart S.p.A.	Stellini S.r.l.
Candiani S.p.A.	Timavo e Tivene S.p.A.
Maglificio Alto Milanese S.r.l.	
Stella McCartney Italia S.r.l.	

Ateco 14	
Report di sostenibilità indipendente	Rimandi al gruppo
Golden Goose S.p.A.	Calvin Klein Europe S.r.l.
Maison M Group S.p.A.	Dolce & Gabbana S.r.l.
	Dolce & Gabbana Industria S.p.A.
	Fabert S.r.l.
	G.A. Operations S.p.A.
	Valentino Fashion Group S.p.A.

Ateco 15	
Report di sostenibilità indipendente	Rimandi al gruppo
Borbonese S.p.A.	Atelier Hci S.r.l.
Roveda S.r.l.	Brb Licensing S.r.l.
Santoni S.p.A.	Cador S.r.l.
	Calzaturificio del Gruppo S.r.l.
	Chiorino Technology S.p.A.
	Conceria Gaiera Giovanni S.p.A.
	Dsquared2 S.p.A.
	Emmegi S.r.l.
	Favaro Manifattura Calzaturiera S.r.l.
	Mandarina Duck S.p.A.
	Manufactures Dior S.r.l.
	Props Vigevano S.r.l.
	Rcs Produzioni S.p.A.
	Valentino Bags Lab S.r.l.

Ateco 32.1	
Report di sostenibilità indipendente	Rimandi al gruppo
	Del Vallino S.r.l.
	Gjp S.r.l.
	Pgi S.p.A.
	Pomellato S.p.A.

Dunque, emerge che solo dieci aziende su 400, ovvero il 2,5% delle imprese considerate, redigono un report di sostenibilità indipendente su base volontaria. Questa percentuale sale al 9,5% se si includono anche i riferimenti ai rapporti di sostenibilità del gruppo. Questi dati evidenziano che la diffusione della rendicontazione non finanziaria nel settore della moda è inferiore rispetto ad altri segmenti, come emerge dall'analisi effettuata su 17 codici Ateco della Città metropolitana di Milano utilizzando la stessa metodologia. Infatti, i risultati di quest'ultimo studio evidenziano una diffusione generica del 5%, che sale al 13% considerando i rimandi al gruppo.

Più di due terzi di queste imprese sono in ritardo rispetto ai propri piani di azione, evidenziando ulteriormente le grandi sfide che il settore deve affrontare.

3.3. Confronto caratteri di impiego vs non impiego

L'attenzione è rivolta alle società del campione che redigono un report di sostenibilità indipendente.

Le aziende non quotate dell'industria della moda che si sono distinte per un reporting di sostenibilità su base volontaria nella Città metropolitana di Milano sono:

- Alcantara S.p.A. (Ateco 13): azienda leader nel settore dei materiali di rivestimento di alta qualità. La strategia dell'impresa si basa su una costante evoluzione e lo sviluppo tecnologico di soluzioni sempre più raffinate e sostenibili.
- Brandart S.p.A. (Ateco 13): società leader nell'approvvigionamento di packaging e merchandising sostenibile, opera in più di 65 Paesi e possiede 19 hub logistici. La sostenibilità, l'innovazione e la ricerca e sviluppo sono fattori determinanti del business model, permettendo all'impresa di distinguersi per un'eccellente ottimizzazione del valore e un efficace end-to-end management.
- Candiani S.p.A. (Ateco 13): impresa leader nella produzione di denim a livello europeo, con il 90% della produzione destinato all'esportazione. Il Made in Italy, l'utilizzo di tecnologie sostenibili all'avanguardia e un sistema di gestione integrato permettono pratiche responsabili in tutte le attività operative.
- Maglificio Alto Milanese S.r.l. (Ateco 13): impresa tessile specializzata nella trasformazione di fibre in maglia, si distingue per una forte attenzione al fenomeno dell'Industria 4.0, con investimenti in digitalizzazione e pratiche di produzione sostenibili.
- Stella McCartney Italia S.r.l. (Ateco 13): impresa nata con l'obiettivo di perseguire lo sviluppo sostenibile del settore, possiede 48 negozi di proprietà, 21 in franchising e opera in più di 77 Paesi attraverso negozi specializzati e grandi magazzini.
- Golden Goose S.p.A. (Ateco 14): impresa che si posiziona nel segmento di mercato del lifestyle e delle calzature di lusso, nel 2022 ha superato i 500 milioni di euro di fatturato, grazie a un'offerta di acquisto unica rivolta a clienti intergenerazionali. La forza dell'azienda è trainata dalla strategia di retail, dal legame con la comunità e dalla capacità di comunicare la sostenibilità globale del marchio.
- Maison M Group S.p.A. (Ateco 14): azienda leader nella progettazione, sviluppo e produzione di linee di abbigliamento, fornisce consulenza tecnico-stilistica per garantire il successo della collezione, della produzione e della distribuzione logistica di grandi marchi mondiali, multi-brand e grandi magazzini italiani.

- Borbonese S.p.A. (Ateco 15): impresa italiana storica fondata a Torino nel 1910, negli anni ha saputo catturare nuovi segmenti di pubblico. La scelta dei fornitori e l'attenzione nello sviluppo dei prodotti distinguono la gestione etica del business.
- Roveda S.r.l. (Ateco 15): impresa che si occupa dello sviluppo, della produzione e dell'industrializzazione di calzature per grandi marchi del lusso, negli anni si è trasformata da laboratorio artigianale ad azienda industriale.
- Santoni S.p.A. (Ateco 15): impresa leader nel settore calzaturiero italiano, ha riconosciuto l'importanza della responsabilità etico-sociale nelle attività operative, trasformando i propri modelli di gestione in asset strategici.

4. Imprese con report di sostenibilità

4.1. Punti evidenziati dal modello di benchmarking

Si evince dunque come, delle dieci aziende individuate, cinque appartengano al codice Ateco 13, due al codice Ateco 14, tre al codice Ateco 15 e nessuna al codice Ateco 32.1. Si segnala che tutte le aziende in questione pubblicano un report di sostenibilità, ad eccezione di Stella McCartney Italia S.r.l., che pubblica un impact report, e Roveda S.r.l., che rilascia un report di responsabilità sociale.

Inoltre, si sottolinea che, con il diminuire del fatturato, non solo diminuisce il numero di imprese che pubblicano un report di sostenibilità (ne è un chiaro esempio il codice Ateco 32.1 stesso, caratterizzato da volumi finanziari nettamente minori), ma la chiarezza e l'eshaustività del documento stesso. Infatti, in linea con i requisiti e i contenuti della Direttiva europea sul reporting di sostenibilità (CSRD), la segmentazione delle imprese per fatturato è la seguente: zero imprese con ricavi tra i 2 e i 10 milioni di euro, tre imprese tra i 10 e i 50 milioni di euro e sette imprese con ricavi oltre i 50 milioni di euro.

Un'ulteriore associazione riguarda la struttura giuridica delle imprese, con il 70% delle imprese in questione che adotta la forma di Società per Azioni. Inoltre, si rileva che quattro imprese (pari al 40%) sono di proprietà individuale o familiare, mentre il restante 60% è detenuto da holding, gruppi o società controllanti. Tale risultato evidenzia come le imprese a conduzione familiare possano fare la differenza mediante il reporting volontario di sostenibilità.

Procedendo con l'analisi si evince come il 2022 sia l'anno più comune per la pubblicazione del primo report, mentre il numero di pagine dei report varia significativamente: da 20 pagine per Alcantara a 109 per Golden Goose, con una media che si attesta a 59 pagine. Tutte le società in questione pubblicano un report di sostenibilità piuttosto completo: anche in questo caso, tuttavia, si nota un'associazione positiva tra fascia di ricavi e ricchezza della documentazione.

Tutte le società coinvolte utilizzano gli standard del Global Reporting Initiative (GRI), adottando così i riferimenti globali e tenendo conto dei temi di sostenibilità significativi per l'azienda e per gli stakeholder. Golden Goose, al fine di migliorare la trasparenza delle rendicontazioni non finanziarie e facilitare la comparabilità dei dati, monitora diversi indicatori secondo gli standard del Sustainability Accounting Standards Board (SASB).

La maggior parte delle imprese menziona chiaramente gli Obiettivi di sviluppo sostenibile (SDGs) perseguiti. Tra i più menzionati vi sono temi relativi alla crescita economica e alle condizioni di lavoro, all'innovazione delle infrastrutture aziendali, al consumo e alla produzione responsabili, alla gestione e al controllo della filiera di approvvigionamento e all'istruzione di qualità, inclusiva ed equa per promuovere l'apprendimento continuo.

Le imprese che includono una matrice di materialità nel proprio report la presentano in forma singola, rilevando dunque solo gli impatti *inside-out* e rendicontando i propri impatti su ambiente e società. In questi termini, la media dei temi materiali rilevati è pari a dieci, tra cui figurano, tra gli altri, la tracciabilità delle materie prime, il coinvolgimento e lo sviluppo della comunità locale, il rispetto dei diritti umani e delle pari opportunità, la gestione sostenibile dei rifiuti, l'attenzione al cambiamento climatico, l'innovazione di processo.

La rilevazione dei temi materiali avviene attraverso un'analisi di significatività, considerando sia l'entità dell'impatto a livello economico, sociale e ambientale, sia la rilevanza delle tematiche per gli stakeholder consultati. Tra questi ultimi vi sono in particolare dipendenti, fornitori, clienti, media, istituzioni finanziarie, istituti di credito e comunità locali. Per quanto concerne lo stakeholder engagement, oltre ad assemblee, comunicati stampa e audit periodici, alcune imprese, in particolare Brandart e Santoni, organizzano visite negli stabilimenti e open day.

Diverse aziende presentano all'interno del proprio report di sostenibilità indicatori chiave di performance (KPI) economici, ambientali e sociali. I primi fanno particolare riferimento al monitoraggio esterno su fornitori e subfornitori e alla gestione della filiera di approvvigionamento. I KPI ambientali sono particolarmente legati alle emissioni GHG, al controllo dei consumi energetici, al consumo dell'acqua e alla gestione dei rifiuti. I KPI sociali, per ultimo, fanno spesso riferimento alla formazione del personale, al turnover dei dipendenti e agli infortuni sul lavoro.

In alcuni casi, come per Brandart, Stella McCartney Italia, Golden Goose, Santoni e Borbonese, vi sono chiari riferimenti alla supply chain, evidenziando una valutazione di conformità per tutti i fornitori e l'intera catena del valore. I report di sostenibilità di Brandart e Golden Goose sono inoltre soggetti a *limited assurance*.

Fonti

Adegeest, D.-A. (2023). Italy's textile and fashion sector saw 3 percent growth in 2023. FashionUnited.

AIDA.

Cikis Studio (2022, 2023). Report Moda e Sostenibilità.

Istat.

Janmark, J., Magnus K., Marcos I., Wiener E. (2024). Sustainable style: How fashion can afford and accelerate decarbonization. McKinsey.

MarketLine (2023). Global Apparel Manufacturing. MarketLine Industry Profile.

MarketLine (2023). Global Luxury Goods. MarketLine Industry Profile.