

Comunicato stampa

PwC Global & Italian M&A Trends in Consumer Markets e Outlook 2025

- **M&A in calo a volumi del 18% in Italia. Sale del 20% il controvalore delle operazioni annunciate (\$65bn vs \$54bn) guidato dalle operazioni con valore superiore a \$500m**
- **M&A Consumer Markets: in calo del 18% il volume delle operazioni in Italia (vs -17% globale).**
- **Cresce il valore delle operazioni nel Consumer Markets (+13% in Italia e +11% a livello globale), spinto dalla fiducia degli investitori e dal focus delle aziende sul core business.**
- **Il 76% dei CEO di aziende Consumer che ha effettuato un'acquisizione negli ultimi tre anni prevede di effettuarne un'altra nei prossimi tre.**

I principali settori:

- **Food: i 92 deal in Italia (vs 120 del 2023) hanno visto protagonisti investitori industriali e finanziari. Nel 2025 i segmenti frozen food, bakery e ingredienti sono i più appetibili.**
- **Health & Beauty: nel 2024 ci sono state M&A significative soprattutto da parte di fondi di PE.**
- **Petfood: settore molto attivo, nel 2025 sono attese operazioni di consolidamento delle insegne retail.**
- **Retail: settore sempre molto attivo, con 60 operazioni in Italia. Prosegue il processo di aggregazione e consolidamento nella GDO**
- **Fashion: calano i deal (61 annunciati vs 78 del 2023 in Italia). Nel 2025 attese M&A su brand e ulteriore consolidamento delle piattaforme B2B, oltre a delisting di realtà non performanti.**
- **Turismo: nel 2024 ci sono state 25 operazioni di M&A nel settore hotellerie in città considerate secondarie, prospettive positive anche per il 2025.**
- **Ristorazione: ci si attendono M&A nelle numerose catene detenute da fondi di private equity e ulteriori acquisizioni di brand/piccole catene da parte di basket companies.**
- **Packaging: nel 2025 ci si attende un mercato più stabile e in ripresa.**

Le operazioni straordinarie in Italia hanno sofferto un calo di volumi del 18% nel 2024, con un rallentamento maggiore nel secondo semestre dell'anno (-27%) e il settore Consumer è in linea con la media generale (-18% su base annua e -28% nel secondo semestre). Solo Energy e Industrial Services si sono dimostrati più resilienti (-8/9%, sull'anno con un calo più marcato nel secondo semestre a -22/28%)

Deal Volume	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Diff. FY24 vs FY23	H2'23	H2'24	Diff. H2'24 vs H2'23
Transportation & Logistics	29	44	47	49	58	42	(27.6%)	28	18	(35.7%)
Consumer Markets	331	251	353	373	432	354	(18.1%)	212	153	(27.8%)
Energy, Utilities and Resources	150	111	150	131	141	128	(9.2%)	70	53	(24.3%)
Financial Services	271	200	179	210	225	170	(24.4%)	118	76	(35.6%)
Government and Public Services	3	0	3	2	5	1	(80.0%)	1	-	(100.0%)
Health Industries	94	81	111	96	118	91	(22.9%)	59	39	(33.9%)
Industrial Manufacturing and Automotive	371	278	383	474	528	486	(8.0%)	285	223	(21.8%)
Technology, Media and Telecommunications	219	244	259	289	337	241	(28.5%)	152	116	(23.7%)
Total Deal Volume	1,468	1,209	1,485	1,624	1,844	1,513	(18.0%)	925	678	(26.7%)

Guardando i dati a valore, limitati tuttavia a c. il 24% delle operazioni annunciate nel triennio, il trend è opposto. Nel 2024 è stato registrato un incremento del 20% nel controvalore delle operazioni annunciate (\$65bn vs. \$54bn), nonostante un calo a volume (-72 operazioni, -16%).

L'incremento è stato guidato principalmente dalle operazioni con controvalore tra \$1bn e \$5bn, che hanno registrato un incremento significativo del valore medio unitario (+33%), e dal numero di operazioni tra \$250m e 1bn, mentre le operazioni superiori a \$5bn (c.d. «Jumbo deals»), più cicliche, hanno subito una contrazione del 19%. Le operazioni di dimensione inferiore a \$250m sono invece in calo del 10.5% a valore e del 22% a volume.

\$ in million	2022	2023	2024	Diff. FY24 vs FY23	Deals with disclosed value (*)				Average deal value		
					2022	2023	2024	Diff. FY24 vs FY23	2022	2023	2024
Jumbo Deals (>\$5bn)	52,056	23,604	19,197	(18.7%)	1	1	2	100.0%	52,056	23,604	9,598
\$1bn - \$5bn	14,528	11,380	19,517	71.5%	11	7	9	28.6%	1,321	1,626	2,169
\$500m - \$1bn	5,771	5,079	8,958	76.4%	9	8	13	62.5%	641	635	689
\$250m - \$500m	8,359	4,484	8,748	95.1%	23	13	25	92.3%	363	345	350
\$0 - \$250m	12,366	9,644	8,636	(10.5%)	353	417	325	(22.1%)	35	23	27
Total	93,081	54,191	65,055	20.0%	397	446	374	(16.1%)	234	122	174

L'andamento delle M&A nel Consumer Markets e Outlook 2025

Il calo di volumi registrato nel 2024 nel Consumer Markets in Italia è superiore a quello realizzato a livello globale (-18% rispetto -17%), ma si abbina tuttavia in entrambi i casi ad un aumento delle operazioni a valore (+13% in Italia e +11% a livello globale), con attese di ripresa anche a volumi nel 2025 spinte da una maggiore fiducia degli investitori nel recupero del settore e dalle esigenze delle aziende di rifocalizzare la propria strategia sul core business.

Emanuela Pettenò, Partner PwC Italia, Consumer Markets Leader, commenta: “Nel 2025 ci aspettiamo di vedere un recupero nelle performance delle aziende Consumer sia in termini di fatturato, che reddituali con un riflesso positivo sull'andamento delle operazioni di M&A, con la sola eccezione del comparto Fashion. Ci aspettiamo un'attività significativa di consolidamento del portafoglio da parte degli operatori industriali e di ulteriori acquisizioni da parte dei brand e delle piattaforme, oltre ad un aumento nelle exit degli asset controllati dai fondi”.

A fine 2024 il sentiment dei consumatori non aveva ancora recuperato del tutto il calo di fiducia occorso nel periodo post-pandemico a seguito degli aumenti nei tassi di inflazione e di interesse, delle situazioni di incertezza su dazi, conflitti geopolitici, tematiche ambientali, ma il recupero dei multipli e l'aumento delle operazioni in pipeline dà qualche segnale di ottimismo.

All'inizio del 2025, alcuni di questi fattori negativi si stanno attenuando: l'inflazione globale sembra essere ampiamente sotto controllo, aprendo la strada a ulteriori riduzioni dei tassi di interesse. Le stime del Fondo Monetario Internazionale prevedono che il PIL globale rimarrà stabile a un tasso di crescita previsto del 3,2% tra il 2024 e il 2025, sebbene leggermente al di sotto del tasso di crescita medio del PIL del 3,7% dei due decenni precedenti la pandemia. I multipli su EBITDA nordamericani ed europei per il settore Consumer sono aumentati da 9x nel 2023 a 9,5x nel terzo trimestre del 2024 e i multipli sui ricavi da 1x a 1,2x nello stesso periodo (dati Pitchbook).

Il miglioramento del quadro macroeconomico ha contribuito solo parzialmente alla crescita dei salari reali, dal momento che gli aumenti conseguenti ai rinnovi contrattuali hanno permesso di recuperare solo in parte l'inflazione, con una maggiore cautela nei consumi (in Europa, i risparmi delle famiglie sono aumentati dal 7,3% nel 2022 a un previsto 8,2% all'inizio del 2025, circa l'1,5% sopra i livelli pre-Covid, mentre in Italia la propensione al risparmio delle famiglie nel terzo trimestre del 2024 si è attestato al 9,2% in aumento di 2,2 punti rispetto al primo trimestre del 2023).

Sebbene ci sia spesso un ritardo temporale tra il miglioramento delle prospettive economiche, la percezione che ne ha il consumatore e i comportamenti che ne seguono, ci sono chiari segni che la pipeline di operazioni nel Consumer Markets si stia arricchendo, supportata dall'attività degli investitori professionali e da condizioni più favorevoli nel mercato del debito.

Nel periodo di picco dell'inflazione le aziende Consumer hanno beneficiato di aumenti dei prezzi spesso superiori a quelli dei costi, sperimentando in alcuni casi un calo dei volumi, ma ora il settore sembra tornato ad una crescita più sana, con la sola eccezione del segmento Fashion, per cui le aspettative di ripresa sono più modeste e in alcuni casi rinviate al 2026.

Il 76% dei CEO delle aziende Consumer che hanno effettuato un'acquisizione significativa negli ultimi tre anni prevedono anche di effettuare almeno un'acquisizione nei prossimi tre anni (dalla 28ma PwC CEO Survey) e questo fornisce ulteriore benzina per operazioni straordinarie di acquisizione (per entrare in nuovi mercati o segmenti) o dismissione di business non più di interesse. Esempi di recenti di accordi annunciati nel 2024 includono la vendita del business snacks da Kellogg's a Mars, la separazione del business dei gelati di Unilever e il piano di Nestlé di conferire i brand di acqua minerale in un'azienda separata.

Ci si attende anche un aumento nelle operazioni su asset Consumer detenuti da fondi di private equity: nel 2023-24, il periodo medio di detenzione degli investimenti da parte dei fondi di private equity è salito a 6,3 anni dai 5,1 anni nel 2019-2020 (il più elevato tra i vari settori industriali). La combinazione di aumento dei multipli e un miglioramento dei termini del debito, insieme alla pressione sulle tempistiche di exit e distribuzione dei fondi di private equity, sarà probabilmente un fattore significativo di stimolo all'attività M&A nel 2025.

La tendenza nelle operazioni di take-private come il delisting di Tod's in seguito all'acquisizione di una quota minoritaria da parte del fondo di private equity L. Catterton in Italia, dovrebbe continuare anche nel 2025, in considerazione delle valutazioni spesso depresse di alcuni asset Consumer soprattutto nel comparto Fashion.

La regolamentazione ambientale e la percezione dei consumatori dell'attenzione da parte delle aziende ai profili di sostenibilità sono un fattore sempre più rilevante nelle decisioni di investimento, con una significativa influenza soprattutto sui settori packaging, retail e fashion.

Tendenze principali per settore

Food and beverage

Le operazioni di investimento nel settore vedranno un mercato più favorevole nel 2025, anche grazie all'ulteriore calo atteso nei prezzi dei prodotti di base rispetto ai picchi causati dall'inflazione del 2022, consentendo ulteriori riduzioni di prezzo e supportando la ripresa dei volumi, nonostante la preoccupazione collegata all'aumento delle tariffe energetiche nel primo trimestre 2025.

I principali deal nel mercato italiano (92 contro 120 del 2023) hanno visto protagonisti sia investitori industriali che finanziari, nei comparti frozen e bakery (Investindustrial e Sammontana su Forno d'Asolo, Vandemoortele su Dolciaria Acquaviva, Argos Wityu su Monviso, Unigrà su Essegi Dolciaria), confectionary e ingredienti (Clessidra su Molino Nicoli, Teralys Capital su Nutkao) e pasta, piatti pronti e condimenti (Newlat su Princes, Platinum su F.lli Polli, Wealth Venture Fund su Gelit, La Doria su Clas e Pastificio di Martino). Nonostante l'incertezza e l'instabilità del mercato in merito a prezzi delle materie prime (tra cui burro, cacao, caffè) e delle tariffe energetiche nuovamente in aumento nelle prime settimane dell'anno, le aspettative per il 2025 sono di una stabilizzazione dei prezzi ai nuovi livelli post inflazione. I segmenti frozen food, bakery e ingredienti continuano ad essere i più appetibili, soprattutto se caratterizzati da *value proposition* legate a trend di sostenibilità e salutismo.

Health & Beauty

A livello internazionale, nel 2024 ci sono state operazioni significative nel settore della nutraceutica (CD&R ha accettato di acquisire una partecipazione di controllo del 50% in Opella di Sanofi, Dr. Reddy's, ha acquisito Haleon, nel comparto dei prodotti sostitutivi della Nicotina, Cooper Consumer Health ha completato l'acquisizione di Viatrix), In Italia i fondi di Private Equity hanno investito significativamente nel settore, per cui potrebbero valutare se le condizioni di mercato sono mature per un'exit.

Il settore cosmetico italiano rimane in crescita in un contesto economico complessivo volatile, seppure sia evidente una maggiore prudenza da parte degli investitori. A conferma di questo, le operazioni di M&A non hanno accusato rallentamenti (circa 15).

I principali protagonisti sono stati i fondi di Private Equity, che puntano sull'acquisizione di marchi e catene retail di distribuzione selettiva con un alto potenziale di crescita. Durante il 2024 abbiamo assistito ad acquisizioni di brand importanti quali BeautyNova da parte di PAI Partners (insieme a Bluegem), Kiko SpA da parte di L Catterton, Acqua & Sapone da TDR, Veralab da Peninsula Capital così come l'acquisizione di Vida Srl da parte di White Bridge e La Bottega da Three Hills (e successivamente Palatino). Inoltre, ci sono stati investimenti di corporate come l'acquisizione di Dr. Vranjes Firenze da parte di L'Occitane e di High Ridge Brands in Nord America e dell'azienda tedesca di make up ArtDeco da parte dell'italiana Sodalis.

Sul finire del 2024 sono stati annunciati l'acquisizione di Great Lengths, da parte del fondo Dbag e di Cosmoproject da parte del gruppo Ancorotti, confermando un 2025 dinamico con un trend positivo nelle operazioni ed investitori sempre più orientati a brand inclusivi, innovativi e sostenibili.

Petfood

La domanda di prodotti e servizi per animali domestici è rimasta resiliente e si prevede che continuerà a crescere. L'attività M&A del 2024 ha visto CVC effettuare un investimento di maggioranza in Partner in Pet Food (PPF), azienda europea di cibo per animali, il gruppo tedesco Fressnapf acquisire Arcaplanet, un

rivenditore italiano di prodotti per animali, il fondo Charme investire nella catena di cliniche veterinarie Animalia, e la combinazione Bluvet - Ca' Zampa (annunciata a fine dicembre).
Per il 2025 si attendono altre operazioni di M&A nel settore, con il consolidamento delle piccole insegne retail da parte di Arcaplanet e Isola dei Tesori.

Retail

Il 2024 ha visto alcuni significativi accordi annunciati sui mercati internazionali, come l'offerta di Couche-Tard per acquisire Seven & i Holdings Co (conosciuta per il suo franchising Seven Eleven) e l'acquisizione di Neiman Marcus da parte di Hudson's Bay Co. L'acquisizione da parte di Walmart di Vizio Holding Corp, completata a dicembre 2024, conferma l'interesse da parte dei retailers di ingaggiare il consumatore attraverso una pluralità di canali.

In Italia (60 operazioni contro 66 del 2023), è proseguito il processo di aggregazione nella grande distribuzione con cinque gruppi che, a fine 2024, rappresentavano il 57,3% del totale mercato italiano (+1,4 punti rispetto al 2023), con il 50% del totale dei punti vendita. Selex Commerciale è diventato il nuovo leader di mercato con una quota del 15,4% (14,7% a fine 2023), superando CONAD, che rimane al 15%. Tra le principali operazioni del 2024, segnaliamo l'acquisto da parte di PAC 2000 (CONAD) di Doc Market da Unicoop Firenze, l'acquisizione da parte di Maiora (Despar) della rete diretta, indiretta e cash-and-carry del Gruppo Regina (CRAI), e l'acquisto da parte di Multicedi (Decò) dei punti vendita campani di Apulia. Nel 2025, il trend dovrebbe confermarsi, con le grandi catene protagoniste di ulteriori aggregazioni.

Fashion

La moda rimane in difficoltà (61 deals annunciati contro 78 del 2023 in Italia) e ci aspettiamo che questo stimoli acquisizioni da parte dei grandi corporate e delle piattaforme B2B, oltre ad ulteriori delisting di realtà quotate non performanti.

Tra le principali operazioni annunciate a livello internazionale, l'acquisizione da parte di Authentic Brands del brand Champion da Hanesbrands completata a settembre 2024, l'acquisizione da parte di EssilorLuxottica del marchio Supreme da VF Corporation completata a ottobre 2024. Nell'ambito delle operazioni distressed, Mytheresa ha annunciato l'acquisizione del rivenditore online di lusso e moda, Yoox Net-a-Porter (YNAP), dal conglomerato svizzero Richemont a novembre 2024. A fine del 2024 il divieto da parte dell'Antitrust statunitense di procedere alla fusione tra Capri Holding e Tapestry ha aperto spiragli sulla presunta decisione di Capri Holding di cedere Versace e Jimmy Choo per focalizzarsi su Michael Kors, con possibili scenari che vedono l'ingresso della maison milanese all'interno di un polo italiano del lusso.

Altre operazioni potenziali di cui si è discusso molto a fine 2024 sono l'eventuale quotazione o vendita di Golden Goose, di cui è stata annunciata la cessione di una quota di minoranza all'investitore finanziario Blue Pool recentemente annunciata.

Si attendono infine ulteriori operazioni che vedono brand del lusso ampliare la propria presenza nei settori del food, hospitality e nel real estate tra cui ricordiamo nel 2024 l'acquisizione da parte di Kering dell'iconico e storico immobile di via Monte Napoleone (MI) e l'investimento di LVMH nel celebre bistrot parigino Chez L'Ami Luis, oltre a varie partnership di natura commerciale di alcuni brand italiani e internazionali con beach bar e resort (es. Dolce & Gabbana, Loro Piana, Missoni, Marinella, Diesel, Luisa Spagnoli, ma anche Dior e Hermes).

Turismo, ristorazione e tempo libero

Sebbene il sentiment dei consumatori continui a influire sulla spesa discrezionale, la sempre maggiore attenzione alla componente esperienziale dei consumi ed il ritorno dei flussi turistici ai livelli pre-pandemici nella maggior parte delle destinazioni, ci porta a vedere un andamento in crescita nel settore anche per il 2025.

L'Italia si conferma protagonista del turismo globale ed europeo, grazie al fascino delle sue mete iconiche e alla capacità di attrarre turisti stranieri. I dati Istat di novembre 2024 rivelano un notevole incremento del turismo in Italia (+11,6% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente) con oltre 458,5 milioni di presenze stimate a fine 2024 trainate dalla crescita di visitatori stranieri. Già nel 2023 i turisti internazionali erano tornati ad essere preponderanti sulla componente nazionale, rappresentando il 51% del totale delle notti trascorse in Italia. Tra le principali città, Roma si è distinta per un aumento significativo delle presenze turistiche, mentre altre destinazioni turistiche italiane non hanno ancora raggiunto gli stessi livelli di visitatori pre-pandemia.

Per il settore hotellerie si è registrata una significativa concentrazione di operazioni di M&A a Roma e in località storicamente considerate secondarie come lago di Como, Bologna, Torino, Sicilia, Sardegna, a dimostrazione che l'interesse degli investitori si è spostato dalle destinazioni tradizionali dell'ospitalità come Milano, Firenze, Venezia, che sono osservate speciali per il fenomeno dell'overtourism.

Nel 2024 ci sono state 25 operazioni di M&A nel settore hotellerie, di cui le principali sono state: l'acquisizione dell'Hotel Bauer a Venezia da parte del Gruppo Mohari Hospitality e del suo partner strategico in Europa, Omnam Investment Group; Isrotel, società israeliana operante nel settore alberghiero, ha acquisito l'Hotel Savoy a Roma. In Sardegna, Castello Sgr SpA ha acquisito il Grand Hotel a Poltu Quatu, e Limestone Capital ha acquisito Villa del Golfo l'acquisizione da parte de La Bottega Group, leader globale nei prodotti di cortesia per hotel di lusso, con il supporto di Three Hills, di Palatino Hospitality esperto in OS&E (Operating Supplies and Equipment) di lusso e consulenza progettuale. Eagle Hills Properties LLC, società di sviluppo immobiliare con sede negli Emirati Arabi Uniti, ha acquisito il Grand Hotel Imperiale a Forte dei Marmi.

La dispersione geografica degli investimenti nel settore dell'ospitalità e la confermata capacità di resilienza sono caratteristiche attrattive per gli investitori del settore alberghiero, con prospettive positive anche per il 2025.

Nel comparto ristorazione ad aprile 2024, CVC ha acquisito la catena di ristoranti italiani La Piadineria e a maggio 2024, il gruppo Compass ha acquisito CH&CO, nel Regno Unito e in Irlanda, LMDC Capital (holding di Leonardo del Vecchio) ha completato l'acquisizione del brand Twiga, Alto Partners ha acquisito una minoranza nella catena Fra' Diavolo da Gioia Group.

La pipeline di operazioni nel settore dei prossimi mesi potrebbe includere le numerose catene detenute da fondi di private equity e contemplare ulteriori acquisizioni di brand / piccole catene da parte di basket companies che vogliono espandere il proprio portafoglio di format e di offerta e realtà emergenti che si affacciano per la prima volta alla ricerca di nuovi soci e capitali per la crescita.

Le operazioni che vediamo in pipeline sono principalmente concentrate su due segmenti, l'"affordable price" senza servizio al tavolo ed il segmento "premium", dove il successo di recenti esperienze di investimento (es. Langosteria) ha dimostrato che esiste una potenziale nicchia da esplorare, sia in Italia che all'estero, facendo leva sul concetto di Made in Italy.

Nel gaming il mercato è stato frizzante, con l'annunciato investimento di Apollo nella divisione Gaming & Digital di International Game Technology, il take-private da parte di Silver Lake di Endeavor, annunciata nell'aprile 2024, e la proposta di acquisizione da parte di Liberty Media di una partecipazione dell'86% nel detentore dei diritti di MotoGP Dorna Sports.

A livello italiano di rilievo è da segnalare l'acquisizione di Flutter Entertainment, gruppo irlandese, della Snaitech dalla sua controllante britannica, Playtech, per 2,3 miliardi di euro (enterprise value), che sarà completata nei primi mesi del 2025, creando il primo player a livello nazionale per le scommesse.

Anche nel mondo dello sport il 2024 è stato caratterizzato da alcune operazioni che confermano l'interesse per le squadre di calcio. Tra le operazioni più interessanti ci sono: il Dan Viorel Sucu (Privato), investitore rumeno, ha acquisito il 77% del Genoa Cricket & Football Club SPA, da 777 Partners LLC. Mercury/13, la holding multiclub italiana, ha acquisito una quota di controllo dell'FC Como Women, la squadra locale di calcio femminile professionistica. Infine, Oaktree Capital Group LLC, private equity, ha acquistato la FC Internazionale di Milano SpA, la società di calcio professionistica italiana, dal fondo LionRock Capital Ltd.

Packaging

Nel settore, le attività di M&A sono guidate da 3 principali finalità: (i) specializzazione in termini di mercato finale (farmaceutico, cosmetico, alimentare), ampliando al contempo l'ambito in termini di tipologia di prodotto (imballaggio primario vs. secondario) e/o materiale (ad esempio vetro, carta, plastica), (ii) separazione della catena del valore (ad esempio Produttori di RM/SL (ad esempio film) vs. Packager/Convertitori vs. Finisher), (iii) acquisire scala e quote di mercato nelle aree geografiche di presenza

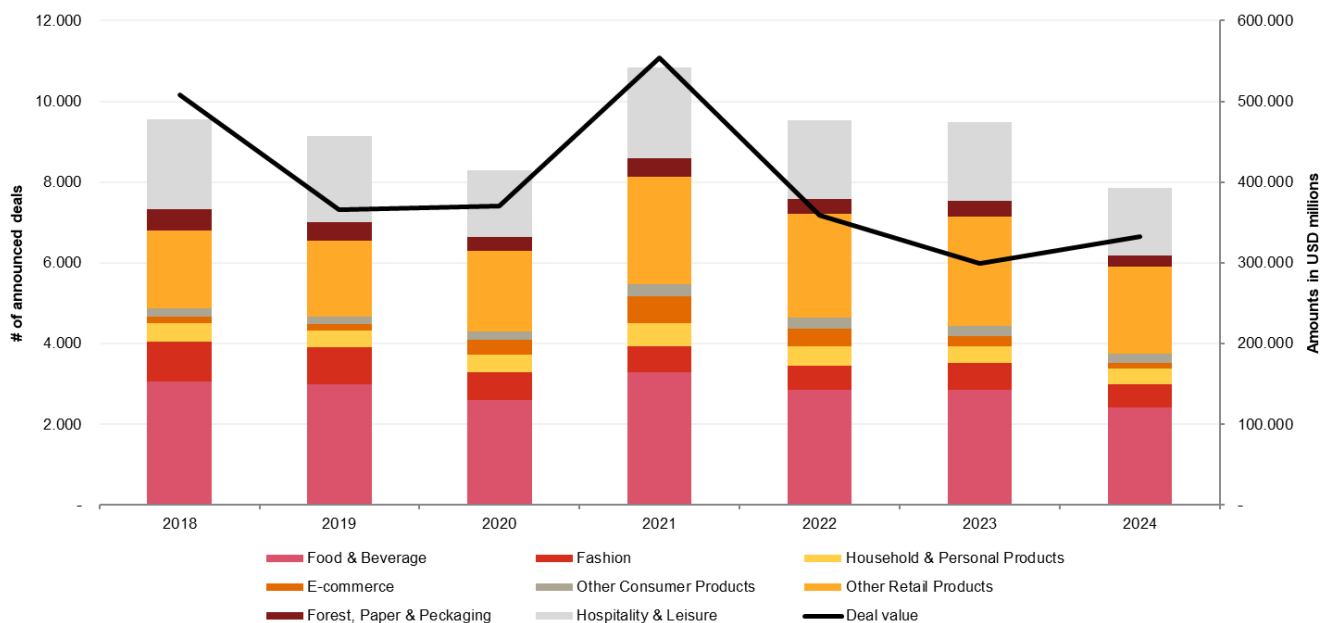
Anche se nel 2024 sono state annunciate diverse grandi transazioni, come l'acquisizione da parte di International Paper di DS Smith, ma abbiamo anche visto alcuni processi abbandonati o sospesi. Gli alti costi delle materie prima, la maggiore incertezza normativa, in particolare quelle relative allo sviluppo delle normative ambientali, hanno bloccato alcuni processi e rallentato l'arrivo sul mercato di altri asset. Nel 2025, ci aspettiamo di vedere un mercato più stabile e in ripresa, con le aziende che tuttavia soffriranno ancora elevati costi di energia.

Le aziende in portafoglio a Fondi di Investimento rimangono da monitorare, in ottica sia di “exit” a breve termine, sia di “creazione di valore” (anche tramite acquisizioni) in preparazione a una exit futura: (i) nel packaging cosmetico e farmaceutico (tra cui Eurovetrocap di cui è stata annunciata a gennaio 2025 l’acquisizione da parte di Investindustrial), (ii) nelle chiusure, (iii) nel packaging in carta, (iv) nei macchinari. Alcuni corporate sono inoltre attesi riprendere la campagna di M&A, come Berlin Packaging (Oak Hill), che ha perseguito una strategia seriale di buy-&-build (specialmente nel periodo 2019-2022) per rafforzare il business e conquistare quote di mercato in Europa.

Dati M&A 2018-2024 per settore

Nel 2024 a livello mondiale sono state annunciate 7.854 operazioni contro 9.481 del 2023 (-17%), con un controvalore di c. \$332bn in incremento rispetto ai \$299bn del 2023 (+11%). Le operazioni di dimensione maggiore (>\$1bn) sono state 54 (rispetto a 44 del 2023). Tra queste spiccano l’acquisizione di Seven & i Holdings Co Ltd, società che gestisce direttamente e in franchising i convenience store a marchio “7-Eleven”, per \$38.6bn, e quella di Kellanova (nota anche come Kellogg’s) per \$29.9bn

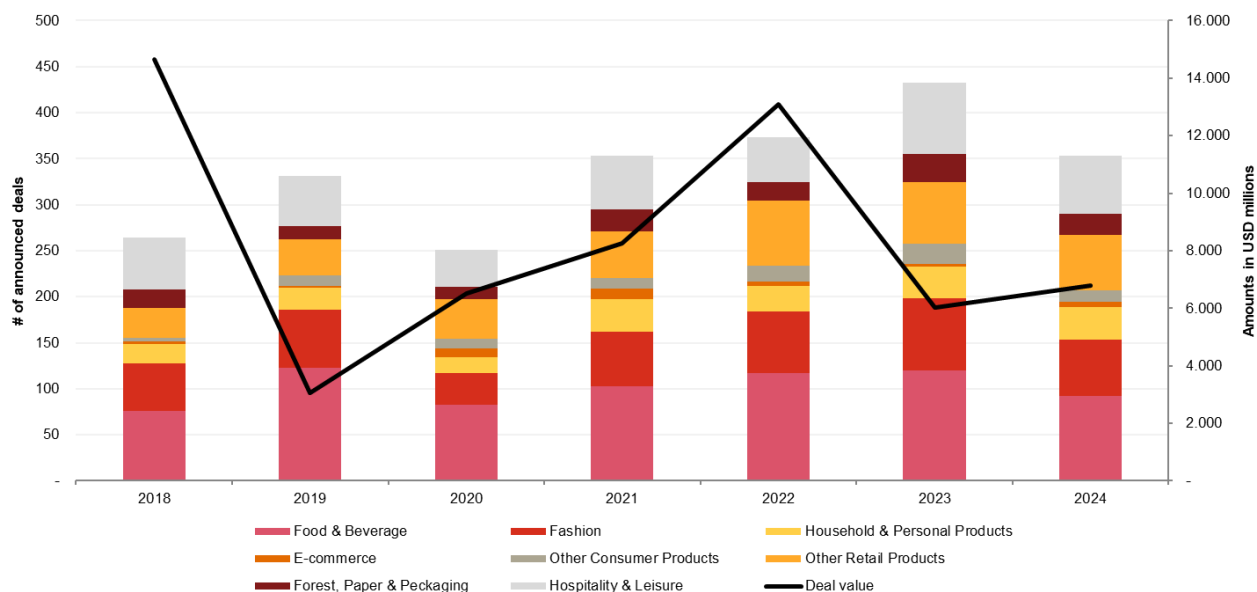
2018-2024 Global Consumer markets trend



In Italia sono stati annunciati 353 deals contro i 432 del 2023 (-18%), con un controvalore di c. \$6.8m in incremento rispetto ai \$6.0m del 2023. I segmenti più prolifici si confermano il Food & Beverage (92 deals), l’Hospitality & Leisure (63 deals, di cui circa 10 legati al Food Retail), il Fashion (61 deals) e Other retail (60 deals, tra cui TDR / Acqua & Sapone, FNAC / Unieuro, Euroitalia / Moschino Cosmetics & Perfumes, Montefiore / Demenego e Three Hills Capital / La Bottega). Household & Personal Products ed E-commerce sono stati invece i settori più resilienti nel 2024 con rispettivamente, 36 e 5 deals annunciati (vs 35 e 3 del 2023).

Nel 2024 abbiamo visto una sola operazione di grande dimensione (>\$1bn), l’acquisizione di Snaitech SpA per \$2,5bn. Le operazioni di fascia medio-alta (\$500m- \$1bn) sono scese da 2 nel 2023 a 1 nel 2024, mentre quelle di fascia \$250-500m sono salite da 1 a 5.

2018-2024 Italian Consumer markets trend



PwC

In PwC, il nostro scopo è creare fiducia nella società e risolvere problemi importanti. Siamo un network di imprese presente in 149 paesi con oltre 370.000 professionisti impegnati a fornire la qualità dei servizi nel settore della revisione, della consulenza e fiscale. Per saperne di più e per comunicarci ciò che per voi è importante, visitate il nostro sito www.pwc.com. © 2025 PwC. Tutti i diritti riservati.

Barabino&Partners

Tel. 02/72.02.35.35
 Alice Brambilla
a.brambilla@barabino.it
 Cell. 328/26.68.196
 Letizia Castiello
l.castiello@barabino.it
 Cell. 348/62.37.666

PwC Italia

Tel. 02/667341
 Luigi Barbetta
 Media Relations Manager
luigi.barbetta@pwc.com

Milano, 03 febbraio 2025