

SUMMIT PAMBIANCO

Il lusso investe sul digitale: il mercato globale sale del 7%

di **Marta Casadei**

► La moda italiana ha un futuro di crescita davanti a sé. Sia sul piano dei consumi interni, con i turisti a rappresentare una quota consistente delle vendite di lusso, sia sul fronte dell'export, con i mercati stranieri alla ricerca di prodotti di altissima qualità, creativi e iconici. Ma le occasioni non vanno perse: le aziende devono cogliere le opportunità che oggi si presentano loro, introducendo nuovi modelli di vendita, utilizzando la Rete come una risorsa per comunicare con una clientela giovane e iperinformata.

È questo il concetto chiave emerso dalla ventiduesima edizione del Fashion&Luxury Summit organizzato da Pambianco in partnership con Deutsche Bank, tenutosi ieri a Piazza Affari, a Milano. L'obiettivo del convegno è stato quello di analizzare il futuro della moda italiana, con un occhio puntato alle strategie per crescere nel mercato italiano e internazionale. «Per il 2017 ci aspettiamo una crescita del mercato globale del lusso del 6-7% a tassi di cambio costanti - ha spiegato Flavio Valeri, chief country officer Italia di Deutsche Bank - con l'export del made in Italy di fascia alta in salita del 4%». Le premesse per la crescita ci sono: l'industria italiana della moda e del lusso oggi si deve concentrare su questioni legate alle evoluzioni del mercato «come l'impatto della personalizzazione, sempre più richiesta dai consumatori, sulla capacità produttiva», ha detto Valeri.

A disegnare meglio lo scenario sono i dati dello studio condotto da Deutsche Bank: l'Italia è uno dei principali produttori del

lusso mondiale, con 67mila imprese e 580 mila addetti - percentuali che rappresentano il 17% del totale manifatturiero e il 15,8% della forza lavoro nel manifatturiero italiano - che producono un fatturato annuo di 88 miliardi di euro, di cui il 62% realizzato oltre confine. Ed è un mercato importante: assorbe circa 17 miliardi di euro di vendite, pari al 7% del totale della domanda dei beni di lusso, e quest'anno metterà a segno una crescita, sebbene *low single digit*.

Tra i motori della domanda spiccano i tu-

risti - cinesi, russi e americani assorbono circa il 50% degli acquisti esentasse, secondo Premier Tax Free - ma soprattutto i Millennial, i consumatori tra i 21 e i 37 anni che secondo le stime di Deutsche Bank e nel 2022 acquisteranno il 33% dei beni di lusso mondiali (in valore) a livello mondiale.

Le aziende devono affrontare questo scenario in rapido cambiamento in modo consapevole, all'insegna della competitività. Per farlo, inevitabilmente, devono utilizzare il Web e i social - intesi come vetrina e strumento di vendita - in modo corretto. «Il digitale ha ridotto la distanza tra brand e consumatore e ha avuto un impatto importante su più fronti: la gestione del brand, la vendita, la comunicazione», ha spiegato David Pambianco, ceo di Pambianco Strategie di Impresa, nel presentare il report "La rivoluzione digitale e l'impatto sulle aziende", un'indagine condotta su un campione di imprese il cui fatturato complessivo tocca gli otto miliardi di euro. Gli effetti della rivoluzione digitale si vedono: «Il 90% delle aziende è sui social e il 62% delle realtà ha implementato una strategia omnichannel collegando la piattaforma online alle boutique», conclude Pambianco.

Il digitale in questo momento catalizza una quota maggiore degli investimenti delle aziende rispetto al passato. Nel prossimo futuro, secondo Franco Di Rosa, branding and communication leader di EY per Italia, Spagna e Portogallo, saranno concentrati «nelle applicazioni per la realtà aumentata (62%), nelle vetrine intelligenti (57%), nei camerini smart (56%) e nelle stampanti 3D (54%)».

17 mld

MERCATO ITALIA

Secondo le stime di Deutsche Bank l'Italia assorbe circa il 7% della domanda mondiale di beni di lusso e nel 2017 registrerà una crescita *low single digit*. Lo stesso report stima il mercato globale del lusso in crescita del 6-7% e l'export italiano a +4%

62%

AZIENDE OMNICHANNEL

Il report "La rivoluzione digitale e l'impatto sulle aziende" di Pambianco analizza imprese attive nel settore moda lusso il cui fatturato complessivo tocca gli 8 miliardi. La maggior parte ha collegato la piattaforma di vendita online con le boutique offline

© RIPRODUZIONE RISERVATA

