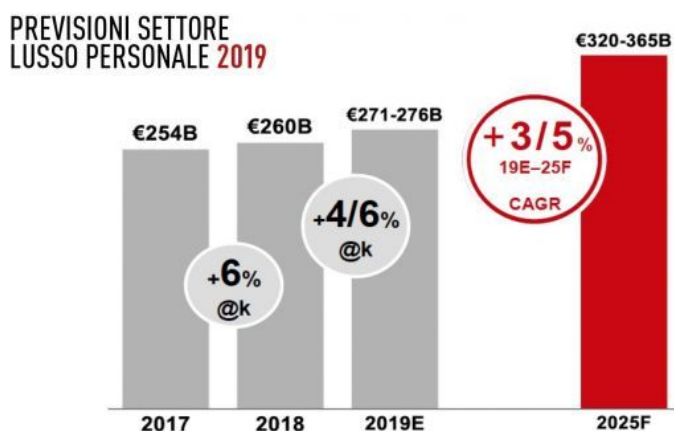


Lusso: nel 2019 mercato in crescita del +4/6%. D'Arpizio: «Il quadro sembra stabile, ma il settore è in gran fermento»

13 giugno 2019



Il mercato globale dei beni di lusso salirà quest'anno del 4-6% a cambi costanti, raggiungendo un giro d'affari di 271-276 miliardi di euro, dopo che il 2018 si era chiuso, come previsto, a quota 269 miliardi (+6%). Restano confermate le aspettative di crescita nel lungo termine, pari al +3/5% a tassi costanti nel 2025.

Sono queste le stime di **Bain & Company**, che ha presentato a Milano in collaborazione con **Fondazione Altagamma** l'aggiornamento del suo studio sul mondo del lusso. «L'andamento positivo registrato l'anno scorso, specie nella Holiday season, è continuato nel primo trimestre di quest'anno, come dimostrano le trimestrali dei grandi gruppi quali **Kering** e **Lvmh** - ha commentato **Claudia D'Arpizio**, partner di Bain e autrice dello studio -. La nostra stima di crescita è prudente, anche perché il trend è più vicino a un +6% che a un +4%».

Cina e flussi turistici in aumento in Europa sono i fattori chiave dell'incremento registrato e lo saranno anche nel 2019. La Cina continua a dominare la scena (+18/20% la crescita stimata), con una ulteriore spinta dei consumatori cinesi a fare acquisti in patria. Nel resto del mondo, invece, l'incertezza geopolitica rimodula costantemente le destinazioni turistiche, con Londra e Parigi in sofferenza.

In America l'attesa è di una espansione del +2-4% a cambi costanti, grazie a un incremento dei consumi domestici, soprattutto nel canale retail a prezzo pieno, a fronte di un calo del turismo cinese. L'Europa è vista a +1-3%, condizionata da rischi socio-politici e da un previsto indebolimento della congiuntura economica.

In Giappone le stime sono di un +2-4% e nel resto dell'Asia del +10-12%, grazie in particolare a Indonesia, Filippine e Vietnam, oltre che alla Corea del Sud. Resta stabile il Medio Oriente, con i consumatori big spender che continueranno a fare acquisti fuori dalla regione.

Tutt'altro che normale lo scenario anche dal punto di vista delle previsioni per quanto riguarda le categorie di prodotto. «Leather good e gioielli mantengono un ritmo sostenuto di sviluppo - fa il punto D'Arpizio - ma se un tempo erano le calzature a sostenere il business, ora si registra una ripresa delle borse. L'abbigliamento è ancora fiacco, con il segmento maschile che mostra segni di ripartenza ma, in generale, il ritorno di una tendenza più dressy rispetto al passato fa ben sperare».

«A livello superficiale - prosegue D'Arpizio - lo scenario potrebbe sembrare all'insegna della stabilità o del new normal, ma in realtà il settore è in fermento, più di quanto raccontino i numeri, e sta disegnando il lusso del futuro con nuovi pilastri distintivi: la Generazione Z cinese, l'accesso a un bene e non solo il possesso, la sostenibilità e responsabilità sociale, la circular fashion, il digital e le esperienze al di là del prodotto, oltre alle reti di consumatori come nuova misura del valore».

«Più che i Millennials, è la Generazione Z (nati dopo il 1995) cinese il segmento di mercato da tenere d'occhio nel medio-lungo termine, secondo lo studio Bain: «Hanno una capacità di spesa enorme, sono consumatori impulsivi, orgogliosi di essere cinesi e interessati anche a comprare prodotti made in China», sottolinea l'analista.