

06.11.20

**ONLINE SU MFFASHION.COM  
LE GALLERY FOTOGRAFICHE  
DELLE COLLEZIONI S-S 2021**

★  
*Road to*  
MILANO FASHION  
GLOBAL  
SUMMIT WEEK  
2020  
★

**MF**  
fashion

# Il lusso rischia il -45% nel 2020

**Inchiesta di MFF tra gli analisti di BofA, EY, Gam, Bcg e S&P e Hogan Lovells sugli scenari legati alla seconda ondata di Covid. L'Ue sarà il mercato più colpito. Previsti tassi di disoccupazione tra il 30 e il 38% Speranze sull'online e sulla Cina**

**L**a crisi legata alla pandemia ha paralizzato il comparto moda. E se la riapertura dei negozi ha fatto tirare un sospiro di sollievo, regalando un terzo trimestre 2020 migliore del previsto, la nuova ondata di Covid-19 e i conseguenti lockdown in mercati chiave fanno tremare ancora una volta il fashion. Le prospettive per il settore sono fosche, come hanno spiegato a MFF gli esperti di BofA-BofA-Bank of America, EY, Gam, Bcg-Boston consulting group, S&P global ratings e Hogan Lovells. «Per il 2020 stimiamo per il mercato globale un calo delle vendite di beni di lusso tra il -25 e il -45%», ha commentato Guia Ricci, principal di Bcg. C'è differenza, però, tra la prima e la seconda ondata dato che le società sono sicuramente più pronte ad affrontare la crisi. Secondo Ricci, accelerazione digitale, flessibilità di supply chain e revisione dei costi sono tre punti chiave sui quali i luxury brand hanno focalizzato le loro energie fin da subito. «Questo sarà il momento per mettere alla prova le nuove strategie e testarne la resilienza», ha evidenziato l'analista. Sulla stessa linea le attese finanziarie di Stefano Vittucci, partner EY, responsabile consumer products and retail in Italia, che stima una riduzione

*continua a pag. 11*

GALLERIA VITTORIO EMANUELE II A MILANO (FOTO MICHELE DE ANDREIS)

segue da pag.1

del fatturato nell'ordine del 26,9% nello scenario base e del 34,8% in quello grave. A supportare il business delle maison durante il primo lockdown è stato l'online. Fattore positivo ma allo stesso tempo uno dei principali rischi per l'occupazione retail. «Solo nel 2020», ha dichiarato Vittucci, «si potrebbe verificare un aumento della disoccupazione compreso tra il 30,4 e il 38,3%». E il mercato che ne uscirà peggio sarà sicuramente quello europeo, «che rappresenta circa il 32% del giro d'affari del settore lusso», ha aggiunto **Ashley Wallace**, equity analyst di **BofA**. A causa dell'assenza dei turisti, l'Europa è stata l'area che ha sofferto di più nel terzo trimestre, periodo che a livello globale ha subito una contrazione media del 7%. In Ue, invece, «il ritmo differente della ripresa della domanda locale ha portato a performance diverse a seconda del marchio, con flessioni dal 20% al 30%», ha sottolineato Wallace, che ha aggiunto: «La seconda ondata è un rischio potenziale che potrà essere compensato solo dall'online e da un'eventuale riapertura a Natale». Nei principali Paesi europei, dal Belgio alla Francia, dal Regno Unito all'Irlanda, gli store avranno la saracinesca abbassata almeno fino a dicembre (vedere **MFF** del 4 novembre). In Italia la situazione varia a seconda della zona: chiusura prevista solo in Lombardia, Piemonte, Calabria e Valle d'Aosta. Se si guarda al quarto trimestre quindi, «il quadro appare frammentato in base alle zone geografiche», ha spiegato **Swetha Ramachandran**,

investment manager e responsabile del fondo **Gam luxury brands equity**. Le recenti restrizioni in alcune parti d'Europa, evidenzia l'esperta, riportano a uno scenario simile al secondo trimestre nella tipologia, se non addirittura nella magnitudine. Negli Stati Uniti, molto dipende dall'esito delle elezioni per la presidenza: un risultato contestato e ritardi nell'esito rischiano di indebolire la fiducia a breve termine dei consumatori statunitensi, che finora hanno resistito molto bene. In Asia, in particolare in

Se da un lato ci sono i secondi lockdown in Europa, dall'altro c'è il trend positivo nella domanda asiatica, in particolare cinese, che sta crescendo già da alcuni mesi. Le chiusure europee avranno sicuramente un impatto negativo sulle vendite ma, ha spiegato l'esperta, «vale la pena ricordare che una parte significativa degli acquisiti di beni di lusso nelle boutique è sostenuta dai turisti extra-europei che non sono mai tornati dall'inizio della pandemia». La ripresa della Cina è pertanto una buona notizia. «Circa il



Un'immagine di Parigi

40% della richiesta viene da lì», ha aggiunto. Di fronte alla situazione attuale, ha spiegato a **MFF** **Maria Luigia Franceschelli**, senior associate del dipartimento di IP dello studio legale **Hogan Lovells** in Italia, è importante per le case di moda adottare strategie che aiutino ad arginare la crisi. «I brand sempre di più si affidano al digital, adottando soluzioni innovative ed esplorando nuove frontiere del mondo di internet e dei social. Basti pensare a quei marchi che hanno fatto irruzione nel mondo del gaming, lanciando videogiochi di lusso». Le fashion house, per esempio, hanno siglato collaborazioni con influencer nati su **Tik Tok**. Ma non è solo il digitale a fare tendenza. Partnership con il mondo dell'arte e per il sociale, guerrilla marketing, sfilate segrete, dice Franceschelli, sono solo alcuni dei modi con cui la moda ha cercato di reinventarsi in questo periodo particolare. «Una cosa è certa, il mondo del lusso ha sempre trovato il modo di reagire e superare le crisi», ha concluso. (riproduzione riservata) **Martina Ferraro**

Cina, «vediamo segni di un continuo rafforzamento della domanda dei clienti in tutte le categorie, con il turismo in ripresa negli ultimi tempi, e le vendite di lusso e cosmetici che rimangono sostenute», ha detto **Ramachandran**. Anche **Barbara Castellano**, director corporate ratings di **S&P global ratings**, vede rosa sull'andamento nell'ex Celeste impero. Lo scenario, ha dichiarato, è in continua evoluzione e «vale la pena di segnalare due elementi determinati per le performance delle società del lusso nell'ultimo trimestre 2020 e del 2021».

**MFF fashion**

**Il lusso rischia il -45% nel 2020**

Analisi di MFF del settore di lusso, di dove il settore di lusso rischia di perdere il 45% del fatturato nel 2020. L'analisi è basata sui dati di S&P Global Ratings e su un'indagine di MFF Fashion. Il settore di lusso è in forte difficoltà a causa della crisi economica e della chiusura dei negozi. Le previsioni per il 2020 sono negative, con un calo del fatturato del 45%.

**Il Crollo del Gruppo Guo**

Foto: Jay Abt

**MFF fashion**

**Redemption ora congela la produzione della prima linea**

La casa di moda Redemption ha congelato la produzione della prima linea a causa della crisi economica. L'azienda ha deciso di sospendere le attività di produzione per ridurre i costi e sopravvivere alla crisi.

**GUCCI LANCIA UN FASHION FILM FESTIVAL ONLINE**

Gucci ha lanciato un festival online di film di moda per celebrare il suo 75° anniversario. Il festival include filmati di moda, documentari e interviste con i creativi della casa di moda.

**Alleanze**

Due case di moda hanno annunciato un'alleanza strategica per affrontare la crisi. L'alleanza prevede la condivisione di risorse e la creazione di nuove linee di prodotti.