

Il lusso pronto a portare in Italia anche le filiere decentrate in Asia

L'INTERVISTA

MATTEO LUNELLI

Il presidente di Altagamma prevede la ripresa nel 2021, più lenta per il turismo

Tra gli effetti di medio periodo, il rientro in Italia del sistema moda allargato

Giulia Crivelli

Investito per primo dalle conseguenze economiche dell'epidemia, il settore del lusso potrebbe essere anche il primo a riprendersi. Accadrà quasi certamente nel 2021, a ritmi diversi per i diversi comparti (il turismo e l'ospitalità soffriranno più a lungo) e servirà l'impegno di tutti: delle aziende e dei manager che le guidano, dei gruppi che le controllano e dei rispettivi azionisti, delle persone che lavorano direttamente o indirettamente per le imprese e i marchi del lusso, delle associazioni di settore – nessuna esclusa e possibilmente muovendosi all'unisono – e, *last but not least*, delle istituzioni. Di ogni livello: locali e centrali per i singoli Paesi e mondiali, visto che si tratta di una pandemia. Potremmo sintetizzare così il pensiero di Matteo Lunelli, ceo di Cantine Ferrari e presidente di Fondazione Altagamma, che rappresenta 107 brand dei settori moda, design, gioielleria, alimentare, ospitalità, automotive e wellness.

Di cigni neri negli ultimi 20 anni ne abbiamo visti tanti, dall'11 settembre all'epidemia di Sars, per arrivare alla crisi innescata nel 2008 dal crac di Lehman Brothers. Ma il Covid-19 forse è il cigno più nero di tutti: la pandemia ha colto l'intero mondo di sorpresa e impreparato. Credo che in futuro ci sarà tempo per capire se davvero epidemie di questo tipo, visto che ci sono state anche Sars e Mers, siano davvero imprevedibili e soprattutto credo che dovremo considerarle possibili

e quindi prepararci di conseguenza. Quello che possiamo dire oggi del Covid-19, ed è la cosa che spaventa di più, è l'incertezza sulla durata. Abbiamo capito che questo coronavirus resta un enigma anche per gli scienziati più preparati. Non possiamo pretendere da alcun virologo, epidemiologo, infettivologo, di dirci quando il contagio finirà né quando esattamente avremo il vaccino. Ma è altrettanto importante attenerci a quanto, con il massimo impegno, stanno facendo le task force scientifiche dei vari Paesi e dobbiamo riconoscere a tutti i Governi quanto sia difficile affrontare questa situazione. Però alla politica, a differenza di quanto accade con la scienza, dobbiamo chiedere di avere una visione a medio e lungo termine. L'emergenza sanitaria finirà, poi apparirà in tutta la sua drammaticità quella economica e sociale.

Vale anche per il lusso, considerato il settore più resiliente?

Il Covid-19 ha iniziato a mieterne vittime in Cina, che nel 2019, secondo l'Osservatorio di Altagamma-Bain, assorbiva il 35% dei consumi globali di prodotti di lusso personale. Per due mesi moltissimi negozi, anche a Pechino e Shanghai, sono stati chiusi e in Europa non s'è visto più un turista cinese. Ora, come sappiamo, la situazione si sta normalizzando e nelle grandi città i monomarca stanno riaprendo. Ma ci vorrà tempo e pazienza: per il 2020 stimiamo un calo del fatturato compreso tra il 22 e il 25%. Il rimbalzo partirà però proprio dalla Cina, un Paese che, a differenza dell'Europa, prima del Covid era comunque in forte crescita. Prevediamo che nel 2025 i cinesi assorbiranno il 50% dei consumi di lusso globali, percentuale che alla fine del 2019 stimavano al 46%.

Quando la provincia di Hubei e la sua città principale Wuhan si sono fermate, in gennaio, molte aziende italiane del tessile-moda hanno avuto problemi di approvvigionamento e si è sentito parlare di reshoring. Poi il virus è arrivato in Europa e a chiudere sono state le nostre imprese. Il lusso come af-

fronta questo tema?

La globalizzazione è nuda, potremmo dire. A farcela vedere senza ornamenti e orpelli è stato proprio il virus. Abbiamo capito quanto interconnesse siano tutte le filiere produttive e quanto sia facile creare delle strozzature, che da palle di neve diventano valanghe. Per il tessile-moda allargato, che comprende anche i settori della pelletteria, accessori, cosmesi e oreficeria di gamma media, sicuramente c'è stato un impatto forte e ricordo che alla fine di gennaio il tema della delocalizzazione da ripensare era venuto fuori.

Il lusso però, per definizione, è quasi tutto made in Italy e made in France. Difficile parlare di reshoring per i beni di alta gamma. O no?

La creazione e produzione, spesso semiartigianale, dei prodotti di lusso è in Europa, certamente. Ed è proprio questo che rende i marchi del settore delle eccellenze, come Fondazione Altagamma sostiene da sempre. Ma le filiere sono lunghe e complesse: partono dalle materie prime e comprendono migliaia di componenti, alcuni dei quali non richiedono necessariamente lavoro manuale. Per il tessile poi c'è la parte di materiali industriali che, come gran parte della chimica, non sono più prodotti in Europa da tempo. Pensiamo anche alla seta: l'80-90% viene dalla Cina. Poi certo, sono le aziende del lusso a poterla trasformare in oggetti eccezionali. Ma credo che si possa pensare a investimenti che ricostruiscano le filiere in modo, diciamo, più organico.

Il tema delle filiere è una priorità anche per Confindustria Moda. Quanto è importante avere unità di intenti in questo momento?

Siamo tutti orgogliosi della sintesi che siamo stati in grado di portare al Governo delle esigenze del sistema moda e dell'alto di gamma. Abbiamo lavorato tutti insieme: Camera della Moda, Confindustria Moda e Fondazione Altagamma. La salvaguardia delle filiere italiane è una priorità assoluta e dobbiamo proteggere soprattutto le aziende più piccole: se dovessero chiudere, difficilmente potrebbero riaprire. In questo momento è necessario dare liquidità al-

le imprese: lo Stato deve darla alle banche, che devono passarla alle aziende. Va fatto subito, ogni giorno che passa il rischio di perdere pezzi delle filiera aumenta. Vedo con

grande orgoglio e soddisfazione, soprattutto umana, l'impegno delle grandi aziende verso la comunità, tramite donazioni e riconversioni, e verso i dipendenti. Sono sicuro: da

questa epidemia usciremo tutti con una maggiore consapevolezza e senso di responsabilità verso le persone, l'ambiente, il modo di comportarci e di lavorare.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



BLOOMBERG

Made in Italy. La forza delle filiere produttive corte ai tempi della globalizzazione: qui sopra, la fabbrica marchigiana di Tod's



PRIMO MANDATO
Matteo Lunelli ha raccolto il testimone di Altagamma da Andrea Illy

