

## OSSERVATORIO ALTAGAMMA 2019

*18ª edizione dell'Osservatorio Altagamma che presenta l'Altagamma 2019 Worldwide Market Monitor realizzato da Bain & Company con i numeri e le analisi del mercato del lusso. Illustrate anche le tendenze dei VIP Shopper a cura di Global Blue e le previsioni per il 2020 dell'Altagamma Consensus, che giunge alla 11ª edizione.*

Milano, 28 novembre 2019. L'alto di gamma si conferma resiliente alle incertezze congiunturali che anche nel **2019** hanno caratterizzato la situazione globale, e si attesta su un valore di mercato totale intorno ai **1.268 miliardi di Euro, con una crescita del 4%** a cambi costanti.

Stesso valore di crescita (4%) per il **Personal Luxury**, che quest'anno raggiungerà quota **281 miliardi di Euro**.

Positive anche **le stime per il 2020 del mercato del Personal Luxury**, con alcuni campioni di crescita: i consumatori cinesi (+10%), la pelletteria (+6%) e il canale di vendita digitale (+13%). La marginalità delle imprese di alta gamma stimata, grazie alle straordinarie performance dei grandi conglomerati, è prevista in crescita del 4,5%.

Nonostante il perdurare di alcuni elementi negativi esogeni (tensione commerciale tra USA e Cina, situazione a Hong Kong e fragilità dell'Europa), la dinamicità del comparto dell'alto di gamma e l'ampliamento della base dei consumatori garantiscono la buona salute del settore. Questa performance è dovuta principalmente al consolidamento dei principali **driver di crescita** degli ultimi anni: la **Cina**, protagonista del lusso sia come mercato (+30%) che come nazionalità di clienti (35% del totale), le **giovani generazioni** con Millennial e Gen Z responsabili del 100% della crescita nel 2019 e il **digitale**, con il canale online che vale il 22% del totale delle vendite.

Buone notizie, dopo un 2018 difficile, anche per il **Tax-Free Shopping**, che è cresciuto del **10%** nei primi 10 mesi dell'anno in **Europa**, e ancora di più in Italia (+16%)

La situazione dell'industria e dei mercati dell'alto di gamma è emersa dagli studi **Altagamma 2019 Worldwide Market Monitor** (presentato da *Claudia D'Arpizio, Bain & Company*), **Lo scenario del Tax free Shopping in Europa ed il contributo dei Globe Shopper VIP alla crescita** (*Pier Francesco Nervini, Global Blue*) e **Altagamma Consensus 2020** (*Stefania Lazzaroni, Fondazione Altagamma*), nel corso della conferenza tenutasi a Milano oggi presso il Teatro Nazionale di Milano.

*"Le imprese culturali e creative crescono del 4% e appaiono equipaggiate ad affrontare le sfide geopolitiche globali e quelle che riguardano i cambiamenti dei nuovi consumatori", ha dichiarato **Andrea Illy, Presidente di Altagamma**. "Sempre più polarizzato fra grandi gruppi e aziende indipendenti, il comparto del lusso cresce anche a doppia cifra - per chi consolida e amplia la propria dimensione - e riconferma un trend ventennale che ha visto triplicare il valore del mercato del personal luxury da 76 a 281 miliardi di Euro. Digitalizzazione, sostenibilità, talenti e una nuova sensibilità verso culture - geografiche e anagrafiche - diverse saranno le nuove priorità".*

Gli scenari e le prospettive presenti e future sono stati quindi discussi da **Jean-Christophe Babin** (CEO Bvlgari), **Angela Missoni** (Presidente e Direttore Creativo, Missoni), **Fabio d'Angelantonio** (CEO, Loro Piana), **Roberto Gavazzi** (CEO, Boffi | De Padova), **Julie Wainwright** (Founder e CEO, The RealReal), in una serie di interventi moderati da **Sarah Varetto** (Responsabile dei progetti giornalistici del gruppo Sky per l'Europa Continentale).

A seguire, nel dettaglio, le evidenze emerse dagli studi.

### **1. Altagamma 2019 Worldwide Luxury Market Monitor.** Realizzato da *Bain & Company*

Il mercato dei beni di lusso per la persona cresce nel 2019 a €281B (+7% a tassi correnti, +4% costanti) e si confermano le aspettative di crescita al 2025 (+3/5% a tassi costanti).

- La **Cina** rimane il mercato che traina la crescita (+30% a correnti; +26% a costanti), seguita dal resto dell'Asia e dal Giappone. Hong Kong cala di circa €2miliardi rispetto al 2018. I cinesi guidano il 90% della crescita nel 2019.
- Le **generazioni Y (Millennial) e Z** hanno contribuito per il 100% alla crescita del mercato nel 2019. È in Cina e nel Sud-Est Asiatico che queste si mostrano più dinamiche e attratte dai beni personali di lusso.
- Il **canale online** è il più dinamico dal punto di vista della crescita (+22% a correnti), soprattutto in Asia e nella categoria degli Accessori; il **canale Retail** continua a mostrare crescite organiche sostenute.
- **Gli ultra-ricchi (UHNWI)** rappresentano circa il 30% del mercato globale, con abitudini di acquisto sempre più "estreme". La **mid-class** soprattutto asiatica contribuisce ad ampliare la customer base del lusso (linee entry-price e canale outlet crescono di conseguenza)
- A crescere di più nel 2019 sono Scarpe e Gioielli (+12% a correnti), ma si assottigliano le differenze di performance tra **categorie di prodotto**, grazie ad un cliente più aperto a nuove *value proposition* e anche ai nuovi modelli di business: cresce ad es. il **mercato di Seconda Mano**, che sale a €26 miliardi (+ 16% vs 2018)
- **Il consumatore è sempre più attivo:** (inter)agisce, conversa, condivide, osserva e giudica il mercato e i brand. Diventa sempre più cruciale che i brand mettano al centro il consumatore, suscitino emozioni, mettano al centro strategie concrete di Social Responsibility e abbiano come propellente la creatività in ogni sua forma, e non solamente in termini di prodotto.

### **2. Lo scenario del Tax Free Shopping in Europa ed il contributo dei Globe Shopper VIP alla crescita.**

Realizzato da *Global Blue*.

Negli ultimi sei anni, in Europa il *Tax Free Shopping* è stato uno dei principali motori di crescita sia del settore del lusso sia del turismo di fascia alta con una **crescita pari al 5%**. In particolare, dopo un 2018 debole, **i mesi tra gennaio e ottobre di quest'anno** stanno evidenziando un trend positivo degli acquisti tax free con un **+10%** rispetto all'anno passato. Questa crescita è stata trainata principalmente dai turisti americani che, pur pesando per l'8% sul totale, hanno fatto segnare un **incremento degli acquisti del 25%** rispetto al 2018.

In Italia, sempre nei primi dieci mesi del 2019 rispetto allo scorso anno, il *Tax Free Shopping* ha registrato una **crescita a doppia cifra: +16%**. Buone anche le performance della **Spagna (+20%)** e della **Gran Bretagna (+11%)**. **Germania e Francia** hanno registrato, rispettivamente, **+2%** e **+1%**.

Sempre secondo i dati Global Blue, nei primi dieci mesi del 2019 l'Europa è stata sempre più meta di shopping degli **"Elite Shopper"** che **hanno incrementato del 13%** i loro acquisti rispetto al 2018. Anche in questa categoria, i turisti americani hanno fortemente contribuito alla crescita delle vendite, facendo registrare un **+30%** rispetto allo scorso anno.

In Italia, la **prima nazionalità di Elite Shopper** è stata rappresentata dai **cinesi** (con il 35% del totale), seguiti da russi (12%), asiatici e arabi (11% ognuno) e statunitensi (7%).

**3. Altagamma Consensus 2020.** Realizzata da *Altagamma* con il contributo dei maggiori analisti internazionali specializzati, l'undicesima edizione presenta fra le novità i focus sulle nazionalità dei consumatori e sulla crescita nei diversi canali.

**Tra le categorie di prodotto:** la Pelletteria (6%) si conferma la categoria in maggiore crescita, sostenuta dai nuovi consumatori nei mercati emergenti e in Cina, così come il Beauty. La crescita delle Calzature sarà spinta dal successo delle linee sportive e dalle crescenti collaborazioni tra luxury e streetwear brand. I consumatori asiatici trainano la Gioielleria (+5%).

Tra le **nazionalità dei clienti** previste in crescita spiccano ancora i cinesi (+10%), seguiti dai consumatori *Asia Pacific*, in particolare Sud Corea, Indonesia e India.

Quanto ai **Canali**, il retail digitale (+13%) domina le stime di crescita nel 2020, ma resta solido il retail fisico (+4%) che si va trasformando da punto vendita a touch point per l'engagement dei consumatori. L'EBITDA 2020 è previsto crescere del 4,5%.