IL PUNTO DI VISTA DEI VICEPRESIDENTI DI SETTORE di ALTAGAMMA

Le prospettive per il 2027 nei sette settori rappresentati da Altagamma

GIOIELLI – Sabina Belli, Presidente Kering Italia

«La gioielleria dovrebbe confermarsi anche nel 2027 tra le categorie più dinamiche del lusso, sostenuta dalla domanda di prodotti di valore duraturo, dall'attrattività dei branded jewels e dalla resilienza della clientela alto spendente. Il gioiello rappresenta sempre più un'espressione di identità, creatività e libertà personale, oltre che un bene capace di conservare valore nel tempo. Il successo dell'alta gioielleria testimonia la ricerca di unicità, qualità e manifattura d'eccellenza. La sfida per il futuro sarà preservare e trasmettere alle nuove generazioni competenze artigianali straordinarie, che rappresentano uno dei maggiori patrimoni del Made in Italy. Senza la valorizzazione dei maestri artigiani non può esserci un futuro per l'eccellenza del lusso.»

MODA – Carlo Capasa, Presidente Camera Nazionale della Moda Italiana

«Il 2027 potrebbe segnare l'avvio di una graduale ripresa per la moda italiana. Dopo anni caratterizzati da tensioni geopolitiche e dal rallentamento dei consumi internazionali, è fondamentale creare le condizioni per tornare a crescere. La nostra industria, che nel 2026 dovrebbe attestarsi intorno ai 91 miliardi di euro di fatturato, può contare su un patrimonio straordinario di creatività, qualità manifatturiera e competenze artigianali. Le sfide saranno accelerare la transizione digitale e ambientale, con particolare attenzione all'intelligenza artificiale e alle energie rinnovabili; rafforzare la tutela e la trasparenza della filiera; investire in innovazione e formazione, attraendo nuove generazioni per garantire la trasmissione delle competenze; diversificare i mercati di sbocco, cogliendo le opportunità del Mercosur e dei Paesi del Golfo. Un percorso che richiede misure concrete di politica industriale, capaci di sostenere le imprese e rafforzare la competitività della moda italiana.»

OSPITALITÀ – Aldo Melpignano, Fondatore & AD Egnazia Ospitalità Italiana

«L'ospitalità di alta gamma manterrà prospettive positive anche nel 2027, sostenuta da viaggiatori alla ricerca di esperienze capaci di creare un legame profondo tra i luoghi e le persone. In Italia, gli alberghi di lusso generano 10,4 miliardi di euro di spesa turistica diretta, confermando il contributo strategico del settore all'economia nazionale. Il concetto di lusso evolve continuamente: oggi non è più soltanto esclusività e comfort, ma benessere, relazioni umane e senso di appartenenza. La sfida sarà sviluppare un modello di ospitalità rigenerativa, capace di valorizzare le comunità locali, attrarre nuovi talenti e rafforzare la competitività dell'offerta italiana sui mercati internazionali.»

NAUTICA – Giovanna Vitelli, Presidente Azimut|Benetti Group

«La nautica italiana di alta gamma guarda al 2027 forte di una posizione di leadership: oltre il 50% degli ordini mondiali di superyacht è prodotto nei cantieri italiani. Dopo i risultati record del 2025 – 8,7 miliardi di fatturato e 170 mila addetti –, la sfida è investire sui giovani e sulla formazione, assicurando il futuro di un settore sempre più strategico per il Paese.»

DESIGN – Dario Rinero, AD Haworth Lifestyle

«Per il design italiano di alta gamma il 2027 si prospetta come un anno di stabilizzazione, con possibili segnali di moderata ripresa, in un mercato mondiale che vale 51 miliardi di euro. La domanda retail resta selettiva, mentre il contract, soprattutto nei progetti residenziali e nell'hospitality di fascia alta, continua a offrire opportunità di sviluppo. Gli Stati Uniti si confermano un mercato strategico, mentre l'Europa mostra segnali disomogenei e il Medio Oriente risente delle tensioni geopolitiche. L'aumento dei costi energetici e distributivi impone maggiore attenzione alla redditività. Per il design italiano la sfida sarà valorizzare creatività, innovazione e patrimonio progettuale, tutelando la proprietà intellettuale e rafforzando la competitività internazionale.»

ALIMENTARE – Carmen Moretti De Rosa, Vice Presidente Holding Terra Moretti

«Il 2027 si prospetta come un anno di sostanziale stabilizzazione per il settore alimentare di alta gamma, in un contesto di evoluzione delle abitudini di consumo e di incertezza sui mercati internazionali. Nel vino, il calo dei volumi e la crescente attenzione delle nuove generazioni alla moderazione dei consumi potrebbero favorire scelte più selettive, orientate alla qualità e all'autenticità, con una maggiore tenuta delle produzioni di alta gamma. La competitività del settore dipenderà da una crescita responsabile, fondata su un'agricoltura rispettosa delle risorse naturali, sulla tutela delle condizioni di lavoro e sulla trasmissione dei saperi alle nuove generazioni. Gastronomia e ospitalità saranno strumenti fondamentali per far conoscere le nostre eccellenze e i territori da cui nascono, rendendo riconoscibile e apprezzato il valore di queste scelte.»

MOTORI – Claudio Domenicali, AD Ducati

«Il settore dei motori di alta gamma guarda al 2027 con fiducia, pur in un contesto internazionale caratterizzato da incertezze. La domanda dei clienti di fascia più alta continua a premiare i marchi capaci di offrire prestazioni, innovazione tecnologica, esclusività ed esperienze distintive. In questo scenario, le edizioni limitate e le possibilità di personalizzazione assumono un valore crescente, rispondendo al desiderio di distinguersi attraverso prodotti straordinari. Ma ciò che rende davvero speciale un prodotto di alta gamma va oltre le sue caratteristiche tecniche: sono soprattutto le emozioni che sa suscitare, le esperienze che rende possibili e il legame che riesce a creare con le persone. Al tempo stesso, l'elettrificazione e l'evoluzione delle tecnologie rappresentano sfide importanti, con tempi di adozione differenti tra auto e moto: sfide di fronte alle quali l'industria italiana può contare su un patrimonio unico di competenze ingegneristiche, cultura del design, innovazione e passione per competere sul mercato internazionale.»