

ALTO DI GAMMA IN CRESCITA NEL 2017 FINO AL +4%

Cina ed Europa trainano la ripresa. Abbigliamento, Accessori e Beauty le categorie più performanti. I consumi beni di lusso personali vicini a quota €259 miliardi.

Milano, 29.05.2017. Dopo un difficile 2016, l'anno in corso mostra segnali positivi per i beni di lusso per la persona, grazie alla ripresa dei consumi europei, sia locali che turistici, e da parte dei cittadini cinesi, in casa e all'estero. In flessione i mercati americani. In crescita i prodotti di abbigliamento, pelletteria, calzature ed accessori, insieme a profumi e cosmetici. Le imprese continuano la sfida dell'ingaggio personalizzato e multi-channel con i consumatori. Prospettiva di crescita annua del 3-4% fino a circa €290 mld nel 2020.

È quanto emerge dagli aggiornamenti degli studi **Monitor Altagamma sui Mercati Mondiali**, realizzato da Bain & Company in collaborazione con Altagamma, e **Altagamma Consensus 2017**, elaborato dal 2009 da Altagamma con il contributo dei maggiori analisti internazionali specializzati.

Secondo il **Monitor**, il **mercato globale dei beni personali di alta gamma** raggiungerà i **€254-259 miliardi** nel **2017**, un tasso costante di crescita tra il 2% e il 4%, principalmente sostenuta dalla ripresa dei consumatori cinesi sia nel mercato locale che all'estero e dalla maggiore propensione all'acquisto in Europa. Il differenziale di performance tra i marchi di alta gamma continua però ad ampliarsi, rendendo ancora più indispensabile rivedere le proprie strategie di crescita per adattarle ai bisogni della nuova classe di consumatori "*millennial-minded*".

Principali trend attesi nel 2017 per area geografica:

- In **America**, il mercato statunitense continuerà a sottoperformare, impattato da una valuta forte, da un contesto politico incerto e da un andamento negativo del canale *department store*
- **L'Europa** si sta riprendendo dal calo dei flussi turistici avvenuto nel 2016 e sono in aumento anche i consumi locali.
- Il **mercato cinese** è previsto in crescita, principalmente grazie all'aumento degli acquisti locali, sebbene i turisti cinesi continueranno a rappresentare una porzione rilevante del mercato del lusso all'estero.
- Andamento stabile atteso per il **Giappone**, mercato maturo e in rallentamento, principalmente supportato dai consumi locali a fronte di flussi turistici in forte riduzione.
- Contesto difficile invece per il **mercato nel resto dell'Asia**, atteso in calo a fine 2017, a causa della riduzione dei turisti, in particolare da Cina e Corea, nonostante una lenta ripresa di Hong Kong e Macao.

*"Quest'anno appare promettente fino ad ora" commenta **Claudia D'Arpizio**, Partner di Bain & Company e autrice del Monitor. "Dopo un difficile 2016, il primo trimestre del 2017 ha portato sollievo al mercato del lusso. Fattori quali il continuo rimpatrio del consumo cinese e uno scenario positivo in Europa, sia per i turisti che per i consumatori locali, aiuteranno a mantenere una crescita positiva per i rimanenti mesi del 2017".*

Lo studio individua le 5 tematiche principali che guideranno l'evoluzione del mercato dei beni di lusso nei prossimi mesi: l'andamento del mercato statunitense, l'aumento dei consumi cinesi sia locali che all'estero, la costante crescita del canale *digital*, una sempre maggiore polarizzazione delle *performance* dei marchi di alta gamma e la nuova ondata di consumatori *millennial*.

*“I marchi del lusso dovrebbero dimostrarsi ‘ossessionati’ dal consumatore e millennial-minded”, commenta **Federica Levato** Partner di Bain & Company e co-autrice del Monitor. “Acquistare un bene di lusso oggi non significa semplicemente entrare in un negozio. È diventato a tutti gli effetti un percorso di coinvolgimento attraverso molteplici touch-point, ben prima del punto vendita stesso.”*

Il futuro successo dei marchi di alta gamma in questo contesto può essere raggiunto attraverso **5 fondamentali scelte strategiche**:

- Sviluppare una forte **relazione 1:1** con i consumatori locali
- Promuovere la **personalizzazione** dei **prodotti**, del **servizio** e del **messaggio**
- Sviluppare un **approccio distributivo olistico** e ripensare completamente il **“customer journey”**
- Costruire uno **“story-living”**, intrattenendo una conversazione **stimolante** e offrendo **contenuti** sempre più **esperienziali** ai propri consumatori
- Gestire tutti i possibili **touch-point** durante l'intero **customer journey**, elaborando un **piano di engagement** a 360°

Secondo il **Monitor** il mercato continuerà a crescere ad un tasso medio annuo del **3-4%**, arrivando a €280-290 miliardi nel 2020.

Il **Consensus Altagama 2017**, elaborato quest'anno in collaborazione con 20 analisti internazionali, conferma le previsioni di crescita dei consumi intorno al 3-4%, rivedendole al rialzo rispetto a Ottobre 2016. Ecco il dettaglio per categorie di prodotto e mercati:

	October 2016 Forecast	May 2017 Forecast
PRODUCTS		
Apparel	3,0%	3,0%
Art de la Table	0,0%	0,0%
Jewelry, Watches, Pens and Lighters	-1,0%	2,0%
Leather, Shoes and Accessories	3,0%	5,0%
Fragrances and Cosmetics	4,0%	3,5%
MARKETS		
Europe	3,0%	4,0%
North America	3,0%	2,0%
Latin America	3,0%	1,0%
Japan	-1,0%	0,0%
Asia	4,0%	5,0%
Middle East	2,0%	1,0%
Rest of the World	3,0%	1,0%

Secondo **Armando Branchini**, Vice Presidente di Fondazione Altagama e autore del Consensus: *“L'anno in corso è previsto essere sensibilmente migliore del 2016 per l'industria del lusso. La crescita dei consumi è prevista essere tra il 3% ed il 4%. I mercati finanziari hanno iniziato bene da gennaio. Si sono già registrati maggiori acquisti da parte dei consumatori locali che dei turisti. E per il resto dell'anno si prevede continui questo andamento. Per i Mercati Geografici: i consumi sono previsti crescere in Europa – finalmente! – (4%), Asia (5%) ed Americhe (2%). Per Settori e Prodotti: gli Accessori in Pelle sono previsti crescere significativamente (5%). Prevista positiva la crescita dell'Abbigliamento (3%) e dei Prodotti di Bellezza (3,5%). Dopo alcuni anni di difficoltà, previsioni positive anche per i consumi di Gioielleria ed Orologeria (2%). A fine anno previsto un incremento degli EBITDA (10%)”.*