

Altagamma e il nuovo ordine mondiale: focus mercati e rafforzamento delle alleanze con i partner internazionali

Alle incognite del nuovo mercato globale, la Fondazione risponde consolidando il network internazionale. 11 i partner commerciali dei Brand Altagamma nominati Soci Onorari.

Roma, 28 maggio 2025 – In un mondo che cambia, Altagamma risponde con la forza del suo network internazionale. La **Giornata Altagamma 2025**, appuntamento annuale della Fondazione che riunisce i più grandi Brand del lusso italiano, ha segnato una svolta significativa: per la prima volta, Altagamma ha coinvolto i partner commerciali internazionali dei Soci, celebrando questi legami strategici in mercati esteri chiave come Giappone, Brasile, Stati Uniti, Francia, Turchia ed Emirati Arabi Uniti.

Undici partner commerciali di riferimento, leader del retail e della distribuzione nei rispettivi Paesi, sono stati accolti a Roma e nominati **Soci Onorari di Altagamma**: un riconoscimento al ruolo chiave che questi attori svolgono nella promozione del Made in Italy nel mondo. «*Vogliamo costruire un ponte stabile tra i nostri Brand e i mercati globali*», ha spiegato **Matteo Lunelli, Presidente di Altagamma**. «*Per questo, a partire da quest'anno, Altagamma avvierà un ciclo biennale di incontri che porterà a Roma i partner strategici del lusso italiano, con l'obiettivo di rafforzare il dialogo, favorire nuove sinergie e sviluppare progetti di collaborazione internazionale*».

- ([FOTO QUI](#)) -

L'Assemblea Altagamma 2025: un confronto sui grandi temi globali

Matteo Lunelli, Presidente di Altagamma, ha aperto la sessione pubblica dell'Assemblea, tenutasi nella prestigiosa **Sala della Regina della Camera dei Deputati**: «*L'alto di gamma ha da sempre una vocazione internazionale – la quota export per il comparto è superiore al 70% – ma oggi le sfide globali sono più complesse e in pochi mesi l'ordine mondiale è mutato, tra protezionismo, dazi e antiche alleanze che sembrano vacillare. L'export genera il 40% del PIL italiano e la diplomazia politica sta lavorando alacremente per proteggerlo e per costruire ponti e nuove alleanze. Serve però un'azione congiunta di imprese, governo e istituzioni europee per difendere la competitività delle nostre industrie e i valori su cui abbiamo costruito il nostro successo: qualità manifatturiera, sostenibilità, innovazione, diversificazione dei mercati internazionali e capacità di dialogo. Oggi, come Altagamma, facciamo un altro passo in questa direzione rafforzando concretamente le relazioni con i partner internazionali, che sono cruciali per lo sviluppo e la crescita dei nostri brand*». (→cfr allegato 1)

Il **Viceministro al Ministero delle Imprese e del Made in Italy Valentino Valentini** ha ribadito l'impegno del Governo al fianco delle imprese del lusso, sottolineando l'importanza di una strategia condivisa per affrontare la nuova stagione dei mercati globali: «*Il mercato di alta gamma non vende solo prodotti di altissima qualità, ma racconta storie che attraversano i secoli, custodisce tradizioni che sono patrimonio dell'umanità, offre esperienze ed emozioni. Questa è l'essenza del Made in Italy. Non è un risultato scontato, ma una conquista quotidiana: è creatività che non conosce confini, è l'incontro magico tra maestria artigianale e innovazione audace. È la passione che anima ogni gesto, ogni scelta, ogni dettaglio. Altagamma, insieme ai suoi associati, porta avanti questa missione con dedizione instancabile, rinnovando ogni giorno l'impegno verso l'eccellenza. Come governo, abbiamo il privilegio e la responsabilità di proteggere questa unicità italiana e di creare l'ecosistema ideale perché le nostre imprese possano brillare sui mercati globali più sfidanti, portando nel mondo non solo prodotti, ma un pezzo della nostra identità*». (→cfr allegato 2)

A offrire una fotografia lucida dello scenario economico e geopolitico, **l'analisi di Federico Fubini**, editorialista del Corriere della Sera, che ha delineato il perimetro dello scenario macroeconomico all'interno del quale le imprese sono chiamate ad operare con le tensioni tra USA e Cina, i rischi di dumping e l'impatto di politiche protezionistiche sempre più aggressive. (→cfr allegato 3)

Il panel dei partner internazionali: nuove prospettive per il lusso italiano

Il panel con i nuovi Soci Onorari, moderato da Stefania Lazzaroni, Direttrice Generale di Altagamma, ha acceso i riflettori su mercati spesso meno esplorati, ma oggi sempre più strategici. Il **mercato globale dei beni personali di lusso** ha visto **una lieve decrescita nel 2024** e le ultime stime¹ parlano di un **2025 molto incerto**, ma presumibilmente ancora sotto la soglia di crescita (tra -2% e -5%).

- **Juan Carlos Escribano (CEO El Palacio de Hierro)** ha raccontato la crescita esplosiva dei **Personal luxury goods in Messico, mercato stimato in €4 miliardi** con un incremento intorno alla doppia cifra. Il vicino mercato Brasiliano vive la più grande espansione dal 2021 in termini macroeconomici
- **Fahed Ghanim (CEO di Majid Al Futtaim – Lifestyle)** ha evidenziato il ruolo degli Emirati Arabi come hub emergente del lusso e dove, nonostante le tensioni regionali, i beni di altagamma crescono. Il valore di questo mercato negli **Emirati Arabi Uniti** è passato **da €3,7 miliardi del 2019 ai circa €6 miliardi di oggi**, mostrando un forte propensione per il prodotto italiano, soprattutto quando in grado di generare un'esperienza con una forte connotazione simbolica: *“ i brand italiani hanno sempre esercitato un forte fascino nel Golfo. Il loro mix di tradizione, artigianalità e design senza tempo continua a risuonare profondamente nei nostri clienti, come dimostra la crescita eccezionale dei nostri partner italiani. La vera opportunità, tuttavia, va oltre il prodotto: risiede nella creazione di esperienze significative, culturalmente rilevanti e destinate a durare nel tempo. Abbiamo riscontrato un chiaro interesse per i brand in grado di connettersi a un livello più profondo, e il ruolo di Majid Al Futtaim è quello di amplificare questa connessione in modo mirato in tutta la regione.”*
- **Takayuki Nozawa (CEO e Presidente di Yasuda Shipyard Group)** ha portato la testimonianza del comparto nautico, e non solo, in un contesto in espansione per il lusso: **il mercato giapponese vale €33 miliardi di valore per i beni personali**, con una crescita di circa il **12% nel 2024**²: *“Il mercato degli yacht di grandi dimensioni in Giappone è appena agli inizi, compresa la definizione del relativo quadro normativo. Ci sono diverse criticità, come la mancanza di spazi di rimessaggio, ma ci si aspetta una crescita costante. L'interesse si sta orientando verso yacht di grandi dimensioni, elicotteri, jet privati e altri beni che finora hanno rappresentato un mercato molto ristretto. Allo stesso modo, anche nel settore immobiliare ad una crescita inedita di residenze di lusso. Ci vorrà del tempo per delineare chiaramente l'andamento del mercato, ma le possibilità stanno aumentando. Il fascino dei brand italiani risiede nella loro tradizione e nel design, che ha raggiunto la dimensione dell'arte ed è capace di alimentare la passione.. Ritengo sia fondamentale trasmettere correttamente questa filosofia al mercato giapponese.*
- **Laurent Gardinier (Presidente di Relais & Châteaux)** ha illustrato come l'esperienza e la personalizzazione siano oggi i driver chiave della domanda di lusso, non solo nel turismo ma in tutti

¹ Bain & Company, maggio 2025 come le altre stime 2025 di seguito riportate

² Altagamma-Bain Worldwide Luxury Market Monitor 2024

i comparti. Il settore dell’**Ospitalità** di alta gamma è stato tra i più performanti nel 2024, con un valore globale di **€242 miliardi e in crescita del 4-5%³**.

Tra gli altri mercati di prospettiva per l’industria di alta gamma, si segnalano l’**India** (con un valore del lusso personale di circa €3 miliardi) e il **Brasile** (circa €4 miliardi), in piena macroeconomica.

Il punto di vista di due aziende italiane leader

A chiudere i lavori, le testimonianze di due eccellenze del Made in Italy:

- **Nerio Alessandri, Fondatore e Presidente di Technogym**
 - **Lorenzo Bertelli, CMO e Head of Corporate Social Responsibility del Gruppo Prada**
- Entrambi hanno condiviso strategie e visioni sul futuro del lusso italiano in un mondo sempre più complesso.

Il messaggio è chiaro: in un mondo che cambia, il Made in Italy deve essere protagonista. Serve visione, serve coesione, serve un impegno corale per affrontare insieme le sfide globali e cogliere le opportunità dei mercati emergenti.

La Giornata Altagamma è stata preceduta dalla consueta **cena di gala** che si è tenuta a Palazzo Colonna a Roma. Nel corso dell’evento serale, sono state consegnate le **onorificenze di Altagamma**, riservate a personaggi, enti e istituzioni che si sono distinti per la promozione della cultura dell’eccellenza italiana nel mondo, in diversi ambiti.

Oltre agli 11 partner commerciali delle imprese del lusso, sono stati accolti come **nuovi Soci Onorari di Altagamma** il regista **Ferzan Ozpetek** e il fotografo **Fabrizio Ferri** (→cfr allegato 4).

FONDAZIONE ALTAGAMMA

Altagamma riunisce dal 1992 le migliori imprese dell’Alta Industria Culturale e Creativa che promuovono nel mondo l’eccellenza, l’unicità e lo stile di vita italiani. Unica per la sua trasversalità, Altagamma accoglie 123 brand dei 7 settori della moda, del design, della gioielleria, dell’alimentare, dell’ospitalità, dei motori e della nautica. La Mission di Altagamma è contribuire alla crescita e alla competitività delle imprese dell’industria culturale e creativa italiana, offrendo così anche un contributo allo sviluppo economico del Paese. L’alto di gamma rappresenta un’industria da 144 miliardi di euro, in Italia, e fornisce un contributo al PIL del 7,4%. La quota dell’export è oltre il 70%. Coinvolge 1.922.000 occupati, diretti e indiretti, pari all’8,2% dell’occupazione italiana. www.altagamma.it

Per ulteriori informazioni:

Edoardo Carloni | M: 339 1618463 | @: carloni@altagamma.it

Giorgio Bocchieri | M: 334 6853078 | @: bocchieri@altagamma.it

Francesco Bernardini | M: 331 6242686 | @: francesco.bernardini@cominandpartners.com

Andrea Chirillo | M: 347 9233706 | @: andrea.chirillo@cominandpartners.com

³ Altagamma-Bain Worldwide Luxury Market Monitor 2024