



Fondazione
Altagamma

Logo Altagamma

Lunedì 7 maggio 2012, come da tradizione, presso il Museo della Scienza e della tecnologia di Milano si è svolto l'aggiornamento primaverile dell'Osservatorio Altagamma.

Claudia D'Arpizio, partner di Bain&Co., e Armando Bianchini, Segretario Generale di Fondazione Altagamma, hanno presentato gli aggiornamenti del Monitor Altagamma sui Mercati Mondiali e del Consensus Altagamma, in collaborazione con analisti internazionali specializzati.

Il Monitor conferma che la progressione delle vendite di beni di lusso non si arresterà, fatta eccezione per i mercati di Spagna, Giappone e Italia. Anche se, per quanto riguarda il Bel Paese, Armando Bianchini dichiara: "L'Italia è particolarmente fragile, ma nelle città turistiche quali Roma, Firenze, Venezia e Milano può contare su un flusso importante di clienti esteri". In ogni caso, il mercato mondiale del lusso dovrebbe passare a più di 200 miliardi di euro nel 2012 - ricordiamo che il 2011 ha visto una crescita di 191 miliardi - con una crescita stimata del 6-7% a tassi di cambio costanti.

Osservatorio
Altagamma

In queste circostanze, non si conferma valida la distinzione tra mercati maturi ed emergenti per analizzare l'andamento in diverse aree geografiche; i cosiddetti mercati maturi hanno performance in antitesi: escludendo i casi di Italia, Spagna e Giappone, il resto d'Europa e gli Stati Uniti si dimostrano solidi - con un peso crescente dei Paesi dell'Est grazie ai flussi turistici.

Ma è la Cina che continua ad essere il motore della crescita, con un tasso del 18-22% nel 2011. Claudia D'Arpizio conferma: "Questo mercato continuerà ad offrire un enorme tasso di crescita nei prossimi anni. I cinesi rappresentano il 20% dei consumi mondiali del lusso nel mondo e la totalità dell'Asia più del 50%". Grandi aspettative anche per l'India, vista come la più grande opportunità di sbocco per le griffe di lusso nei prossimi 10 anni, che mostra una crescita del 15-20%. L'invito è a prestare attenzione anche ad alcuni nuovi mercati emergenti, come Sud Africa, Asia Centrale e Sud Est asiatico - in particolare Indonesia e Vietnam.

Osservando le categorie di prodotto, si nota che sono gli accessori a coprire la fetta



Mercato del Lusso: l'Osservatorio Altagamma conferma una crescita per il 2012

maggiore del mercato - sia gioielli e orologi che pelletteria. L'abbigliamento fatica ad affermarsi, sfidato nuovamente dai brand fast fashion.

L'aggiornamento del Consensus Altagamma conferma una crescita del margine operativo lordo (EBITDA) del 10% per il 2012.