



ALTAGAMMA
CREATIVITÀ E CULTURA ITALIANA

ALTAGAMMA CONSENSUS 2022

Le previsioni sui consumi mondiali dei
beni personali di lusso nel 2022

Milano, 11 novembre 2021

Stefania Lazzaroni
Direttore Generale, Altagamma

ALTAGAMMA CONSENSUS 13[^] EDIZIONE

Il Consensus Altagamma offre una panoramica previsionale sui consumi dei **beni personali di lusso nel 2022.**

Le stime sono formulate grazie agli approfondimenti di alcuni degli analisti più importanti del settore, dei nostri partner consulenti e di Altagamma.

Le previsioni mostrano la crescita/decrecita rispetto al 2021 di:

- 01. Mercati**
- 02. Consumatori per nazionalità**
- 03. Canali distributivi**
- 04. Categorie di prodotto**
- 05. Redditività del comparto per l'intero anno 2022 (EBITDA)**

Le stime degli analisti rappresentano un connubio fra interpretazioni di dati ufficiali e percezioni personali.

ALTAGAMMA CONSENSUS

20 ANALISTI

Quest'anno hanno contribuito all'Altagamma Consensus:



Le stime sono basate su valuta costante, così che le performance possano essere comparate agli anni precedenti come se i tassi di cambio restassero costanti nel tempo.

MERCATI	Consensus 2022
Europa	+8%
Nord America	+7%
America Latina	+6%
Giappone	+7%
Asia	+9%
Middle East	+7%
ROW	+8%

Il 2021 segna per il mondo dei Personal Luxury Goods il **ritorno ai livelli pre-crisi**, se non addirittura il superamento di quelle performance. **Per il 2022 si prevede una crescita positiva** - malgrado la mancata ripresa dei viaggi internazionali - ma meno forte, con molti mercati che si normalizzeranno.

- La lenta ripresa dei viaggi internazionali (Cina a parte) e il desiderio di spendere avranno un impatto positivo sul **mercato Europeo** che vedrà una crescita dell'**8%**. Gli **Stati Uniti**, dopo la fortissima ripresa nel 2021, si normalizzeranno con un buon **+7%**, favorito anche dai primi flussi turistici.
- **America Latina** e **Giappone** nel 2022 potrebbero avere crescite inferiori agli altri mercati: per **il Sud America** si stima una crescita del **+6%** a causa della pandemia che ha colpito in particolare il Brasile; **il Giappone** cresce del **+7%** a causa della perdita dei turisti, dell'impatto della variante Delta e dei consumi deboli. Entrambi sono mercati con potenziale, ma in un momento di fragilità.
- **Cina e Asia** saranno mercati dinamici con un **+9%**. Dopo i risultati straordinari di quest'anno, si prevede una normalizzazione. Il rischio chiusure per le Olimpiadi Invernali in Cina e il timore di politiche restrittive sui prodotti di lusso si aggiungono ad una crisi del real estate.
- Per il **Middle East** si prevede un **+7%**, in flessione dopo la spinta di Expo Dubai, ma comunque positivo e con una piena ripresa a livelli pre Covid-19.

MERCATI	Consensus 2022
Europa	+8%
Nord America	+7%
America Latina	+6%
Giappone	+7%
Asia	+9%
Middle East	+7%
ROW	+8%

CONSUMATORI	Consensus 2022
Cina	+13%
Giappone	+6%
Europa	+6%
Nord America	+8%
Asia Pacific (Australia &Co)	+11%
ROW	+8%

La crisi economica avrà un impatto più forte sui consumi **europei** i cui tassi di crescita, già meno rilevanti per una clientela più matura, erano più sobri e contenuti. **Asia e USA** sembrano aver completamente superato la crisi e guidano la ripresa.

- I **consumatori cinesi** saranno i **best performer** anche nel 2022 con un **+13%**, sempre focalizzati su un mercato domestico frizzante. L'esplosione di Hainan e Macau proseguirà in tal senso. Meno brillanti i consumi dei **giapponesi (+6%)** che vivono in una fase economica e politica critica per il Paese.
- I consumi degli **americani** sono molto significativi anche se - dopo l'euforia del 2021 - si assesteranno su un **+8%**. L'apertura delle frontiere da novembre porta maggiore dinamicità nei flussi turistici e voglia di spendere, malgrado alcuni rincari dei prezzi e la perdita delle misure di sostegno US.
- Sempre cauto lo spending **europeo** che si attesta sul **+6%**: un consumatore più maturo e attento che vive ancora in una situazione pandemica molto volatile, ma che comincia a viaggiare sia in Europa che a livello internazionale.

CONSUMATORI	Consensus 2022
Cina	+13%
Giappone	+6%
Europa	+6%
Nord America	+8%
Asia Pacific (senza Cina e Giappone)	+11%
ROW	+8%

CANALI DISTRIBUTIVI	Consensus 2022
Retail fisico	+9%
Retail digitale	+15%
Wholesale fisico	+4%
Wholesale digitale	+13%

L'ecosistema distributivo - malgrado la riapertura dei negozi - mantiene la spinta verso il digitale, che si riconferma il canale più in espansione. Le modalità distributive, sempre più omnichannel, sono state rimodellate anche dal Clienteling 2.0.

- Il **retail digitale** continua la sua espansione e per il 2022 si prevede una crescita del **+15%**, seppure più contenuta rispetto al 2021. Molti brand sono orientati a una distribuzione monobrand o con e-tailers (concession).
- I **negozi fisici** segnano un **+9%** e continuano ad essere rilevanti per il comparto: malgrado una prevista non ripresa dei viaggi nel 2022. Nuove esperienze in store, approcci sempre più personalizzati e *phygital* perfezionano il coinvolgimento del consumatore.
- Il **wholesale fisico** resta fragile con un **+4%**. Molti gli investimenti fatti nel settore per riattualizzare le proposte, ma pesano l'assenza di flussi turistici e le preoccupazioni per il Covid-19.
- Il 50% degli acquisti online viene fatto ancora nel **wholesale digitale**, dove si consolideranno crescite significative con un **+13%**. Le performance del 2021 (+60%/+70%) si normalizzeranno.

CANALI DISTRIBUTIVI	Consensus 2022
Retail fisico	+9%
Retail digitale	+15%
Wholesale fisico	+4%
Wholesale digitale	+13%

PRODOTTI	Consensus 2022
Abbigliamento	+9%
Pelletteria	+11%
Calzature	+9%
Gioielleria	+10%
Orologeria	+7%
Cosmesi	+8%

Dopo lo straordinario rimbalzo che è seguito all'anno del Covid-19, il 2022 riporta le crescite in una dimensione più organica. La situazione mondiale è migliorata e sembra stabilizzarsi, anche se il monitoraggio della pandemia e i piani vaccinali resteranno parte di questo new normal. La riapertura dei negozi e i primi viaggi favoriranno il trend positivo.

- L'**abbigliamento** cresce del **+9%** e il deciso ritorno a livelli pre Covid-19 ha riattivato creatività e proposte innovative. Il *revenge buying* sperimentato in alcuni mercati è stato favorito anche dal riattivarsi dei viaggi.
- L'**hard luxury** prosegue con il trend positivo specie nella **gioielleria** con un **+10%**: il gioiello rimane un bene rifugio e di investimento. Meno spiccata la crescita degli **orologi** che segnano un **+7%** e proseguono nel rafforzare il "fatto a mano" o la ricerca del pezzo unico.

- Gli **accessori** continuano nel loro trend positivo: **+11%** per la **pelletteria** e **+9%** per le **calzature**.
La **cosmesi** con un solido **+8%** riconferma le sue performance online grazie allo skincare.

PRODOTTI	Consensus 2022
Abbigliamento	+9%
Pelletteria	+11%
Calzature	+9%
Gioielleria	+10%
Orologeria	+7%
Cosmesi	+8%

CONSENSUS 2022 / NOVEMBRE 2021
+11%

Gli analisti stimano per il 2022 una crescita a doppia cifra, anche se meno straordinaria per la normalizzazione del mercato. Una possibile inflazione avrebbe come conseguenza una crescita ulteriore di 2-3 punti. La fase acuta della Pandemia sembra superata, ma il new normal porta con sé cambiamenti di abitudini che potrebbero consolidarsi. Certamente si confermerà il potenziamento dell'online e del digitale in ogni loro espressione, l'attenzione verso il benessere come primaria esigenza, una riduzione dei viaggi di lavoro e la necessità per le imprese di restare focalizzate su istanze sociali (ambiente/diversity/diversi sociali).

GRAZIE

WWW.ALTAGAMMA.IT