



## PREVISIONI DI CRESCITA MODERATA PER L'ALTO DI GAMMA

***Periodo di crescita moderata per i consumi mondiali di beni personali di lusso. Le previsioni 2016 sono meno positive rispetto a sei mesi fa, ma non si registra un calo. Crescita di Giappone ed Europa, stabili Asia e America, mentre le categorie più performanti si confermano Accessori in Pelle e il Beauty.***

**Milano, 24.05.2016.** Sono stati diffusi oggi gli aggiornamenti degli studi **Monitor Altagamma sui Mercati Mondiali**, realizzato da Bain & Company in collaborazione con Altagamma, e **Altagamma Consensus 2016**, elaborato dal 2009 da Altagamma in collaborazione con i maggiori analisti internazionali specializzati.

Secondo il **Monitor Bain/Altagamma**, il **mercato globale dei beni personali di alta gamma nel 2015** si è attestato su un valore di **€253mld**, in crescita del +13% a tassi correnti (del +1% a tassi costanti). L'ultimo trimestre è stato particolarmente difficile, sia negli Stati Uniti, dove il consumatore locale ha rallentato gli acquisti, sia in Europa, dove gli attacchi terroristici di Parigi hanno inflitto un duro colpo agli acquisti natalizi nella città francese sia di locali che di turisti (prevalentemente asiatici).

Nel **primo trimestre del 2016 il mercato ha mantenuto il trend del 2015 (+1% sia a tassi correnti che costanti)**, mostrando un rallentamento globale dei flussi turistici intercontinentali dovuti sia ad un parziale ribilanciamento dei differenziali di prezzo, che agli attacchi terroristici in Europa. I principali trend:

- La Mainland China, dopo 3 anni di declino, è prevista in crescita positiva per un iniziale "rimpatrio" della spesa in beni di lusso dei consumatori Cinesi.
- L'Europa è in crescita positiva, flussi turistici in calo ma consumi locali in ripresa.
- La performance delle Americhe è impattata dal dollaro forte e dall'incerta *consumer confidence* tipica dell'election year.
- Il Giappone, sebbene in rallentamento rispetto al 2015, rimane il mercato principe per crescita, grazie ai flussi turistici Cinesi.
- Il resto dell'Asia è previsto in trend costante nel suo insieme benché con performance diverse nei singoli paesi: se Corea e Sud Est Asiatico sono in crescita, Hong Kong e Macau risultano ancora in forte sofferenza.

*"Il mercato dei beni personali di lusso attraversa una fase di consolidamento" commenta **Claudia D'Arpizio**, Partner di Bain & Company e autrice del Monitor. "Tutti gli occhi sono puntati di nuovo sulla Cina, chiave nel guidare un trend di rilancio mondiale e sulla ripresa degli Stati Uniti dove attualmente il consumo locale non riesce a controbilanciare l'assenza dei turisti. Il cambiamento nei trend di consumo, dalle diverse rotte turistiche al risveglio del consumo locale in Europa, guideranno il mercato verso una crescita moderata nei prossimi anni. Lo scenario di mercato futuro sarà inevitabilmente definito dalle decisioni strategiche dei brand. Mentre customer strategy, branding, omnichannel e pricing rimangono in cima alle agende dei CEO, la chiave è nell'implementare value proposition localmente globali e sviluppare, far crescere e mantenere i migliori talenti per vincere in un mercato sempre più sfidante."*



Secondo il Monitor, il mercato continuerà a crescere nei prossimi anni ad un tasso moderato (tasso medio annuo del 2-3%) guidato principalmente dalla crescita della Cina e dei consumatori cinesi che ci si aspetta arriveranno a rappresentare circa il 34% dei consumi nel 2020 trainati da oltre 40 milioni di nuovi consumatori principalmente della classe media. La ripresa dei consumi locali come risposta alle strategie dei brand volte a riguadagnare consenso nei mercati maturi sarà un ulteriore volano alla crescita del mercato nei prossimi anni.

Il **Consensus Altagamma**, elaborato quest'anno in collaborazione con 27 analisti internazionali, ha **rivisto leggermente al ribasso le previsioni per il 2016** formulate ad ottobre dello scorso anno:

- Sono previste a crescita zero, diversamente da quanto ipotizzato a ottobre 2015, l'Asia (0% vs +2%), il Nord America (0% vs 3,0%) e l'America Latina (0% vs +1%)
- In crescita decisa il Giappone (+5%, confermato), più moderata l'Europa (+2% vs 4%), ancora più lieve Medio Oriente e Resto del Mondo (+1% vs +3%)
- Accessori e prodotti Beauty si confermano i comparti in migliore salute (+4%)
- Più moderata (+1% vs 3%) la crescita prevista per l'abbigliamento
- Nessuna crescita prevista per Art de la Table (0% vs +2%) e Hard Luxury (0% vs +3%).

Secondo **Armando Branchini**, Vice Presidente di Fondazione Altagamma e autore del Consensus: *“Le crescite confermate di Giappone ed Europa compensano in qualche modo lo scenario flat di Asia e Americhe, così come confortano le solide crescite di pelletteria, calzature, accessori, profumi e cosmetica. E' vero che le crescite anno su anno sono sempre più moderate, ma le prospettive dell'economia mondiale ci impongono da adesso in avanti di valutare il mercato di alta gamma confrontandolo con tutti gli altri settori industriali piuttosto che con le sue stesse performance del passato. Si evidenzia infatti che il settore del lusso performa meglio di quasi tutti gli altri settori industriali.”*