



ALTAGAMMA
CREATIVITÀ E CULTURA ITALIANA

ALTAGAMMA CONSENSUS 2022

UPDATE

Le previsioni degli analisti e consulenti partner di Altagamma sui consumi mondiali dei beni personali di lusso nel 2022

Milano, 21 giugno 2022

Stefania Lazzaroni
Direttore Generale, *Altagamma*

ALTAGAMMA CONSENSUS 2022 UPDATE

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 2022 UPDATE

19 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	Consensus 2022 Update
Europa	+8%	+12%
Nord America	+7%	+10%
America Latina	+6%	+7%
Giappone	+7%	+7,5%
Asia	+9%	+5%
Middle East	+7%	+10%
ROW	+8%	+7,5%

ALTAGAMMA CONSENSUS 2022 UPDATE

MERCATI

Dopo l'exploit positivo del 2021, anche il **2022 sarà un anno di crescita su tutti i mercati**. L'instabilità politica ed economica, l'inflazione e i lockdown in Cina indicano nuovi elementi critici, rilevanti per il 2023. Oggi i flussi turistici sono triplicati a livello globale (pur restando in Europa e nelle Americhe a -43/-46% rispetto al 2019), il rafforzamento del dollaro favorisce i marchi europei e i consumatori High-End proseguono la fase di grande entusiasmo.

- L'**Europa**, che ha subito di più la pandemia, consolida un **+12%** e gli **Stati Uniti** con un **+10%** segnano un andamento più forte del previsto sul mercato domestico. Sono i due polmoni del comparto e le crescite si andranno normalizzando.
- **America Latina** e **Giappone** confermano le potenzialità di crescita con una ripresa più moderata. Per il **Sud America** si prevede un **+7%**, mentre il **Giappone** crescerà del **+7,5%**, malgrado le misure anti Covid-19, l'inflazione e il deprezzamento dello yen.
- I lockdown e le restrizioni hanno ridotto l'espansione del mercato asiatico: per **Cina e Asia** si stima un **+5%**, ovvero una crescita dimezzata rispetto alle previsioni e a singhiozzo, da cui dipenderà il risultato dell'anno. Da segnalare la performance della Corea del Sud, che sta crescendo sia per rilevanza culturale sia per numero dei consumatori del lusso.
- Il **Middle East** stupisce con un **+10%** in forte ripresa dopo l'emergenza sanitaria con un rilancio della regione oggi attrattiva anche per i turisti russi. Si conferma lo stretto legame fra l'alto di gamma e i mercati dei Paesi Arabi, che ricercano sempre più un concetto di lusso tailor-made.

MERCATI	Consensus 2022	Consensus 2022 Update
Europa	+8%	+12%
Nord America	+7%	+10%
America Latina	+6%	+7%
Giappone	+7%	+7,5%
Asia	+9%	+5%
Middle East	+7%	+10%
ROW	+8%	+7,5%

CONSUMATORI	Consensus 2022	Consensus 2022 Update
Cina	+13%	+5%
Giappone	+6%	+7%
Europa	+6%	+10%
Nord America	+8%	+10%
Asia Pacific (Australia &Co)	+11%	+9%
ROW	+8%	+8%

I consumi domestici – per la mancanza di viaggi e l’incertezza dei lockdown – riconfermano sostanzialmente le cifre viste per i mercati: **i consumatori europei e americani** registrano le migliori performance compensando i consumi **cinesi**.

- Le stime per i **consumatori cinesi** sono state riviste, passando da un +13% da *best performer* nel 2022, a un **+5%**. Gli analisti rimangono positivi sulle prospettive di crescita strutturale a lungo termine.
- Con un solido **+10%** i consumi degli **americani** e degli **europei** si rafforzeranno, malgrado inflazione e costo dell’energia e delle materie prime. Gli High Net-Worth Individual in USA stanno aumentando la loro spesa confermando l’interesse per i beni di lusso personali.

- I **Giapponesi** e i consumatori del **resto dell’Asia** segnano rispettivamente un **+7%** e un **+9%** in calo rispetto alle crescite previste.

CONSUMATORI	Consensus 2022	Consensus 2022 Update
Cina	+13%	+5%
Giappone	+6%	+7%
Europa	+6%	+10%
Nord America	+8%	+10%
Asia Pacific (senza Cina e Giappone)	+11%	+9%
ROW	+8%	+8%

CANALI DISTRIBUTIVI	Consensus 2022	Consensus 2022 Update
Retail fisico	+9%	+9%
Retail digitale	+15%	+11%
Wholesale fisico	+4%	+4%
Wholesale digitale	+13%	+9%

ALTAGAMMA CONSENSUS 2022 UPDATE

DISTRIBUZIONE

Il ritorno alla «normalità» dà nuovo slancio all'ecosistema distributivo fisico. Il digitale si normalizza dopo gli ultimi due anni di forte espansione.

- Dopo la crescita a doppia cifra degli ultimi due anni, si stima una normalizzazione del **retail digitale** che si attesterà sul **+11%**. I brand continuano ad investire sul canale creando nuove e innovative esperienze (*metaverso*). Il digitale resta rilevante anche per lo sviluppo di città minori (USA).
- Il **wholesale digitale** si riduce passando da un +13% a un **+9%**, confermando la tendenza dei brand di alta gamma a puntare maggiormente sul retail digitale.
- Il **retail fisico** riprende dopo due anni complessi e di trasformazione e segna un nuovo rilancio, con una crescita del **+9%**. Molte le imprese che hanno ristrutturato i negozi, creando spazi nuovi in cui coinvolgere a 360° i consumatori.
- Il **wholesale fisico** si mantiene stabile con un **+4%**, confermando performance positive, ma contenute a causa del calo dei flussi turistici, ancora decisamente inferiori rispetto al 2019. La raccolta ordini resta buona e tiene.

CANALI DISTRIBUTIVI	Consensus 2022	Consensus 2022 Update
Retail fisico	+9%	+9%
Retail digitale	+15%	+11%
Wholesale fisico	+4%	+4%
Wholesale digitale	+13%	+9%

ALTAGAMMA CONSENSUS 2022 UPDATE

PRODOTTI

PRODOTTI	Consensus 2022	Consensus 2022 Update
Abbigliamento	+9%	+7%
Pelletteria	+11%	+9,5%
Calzature	+9%	+7,5%
Gioielleria	+10%	+9%
Orologeria	+7%	+6,5%
Cosmesi	+8%	+7%

ALTAGAMMA CONSENSUS 2022 UPDATE

PRODOTTI

Tutte le categorie di prodotti confermano la loro crescita organica, grazie alla riapertura dei negozi e alla ripresa dei viaggi internazionali. I best performer: *hard luxury* e *pelletteria*.

- L'**abbigliamento** cresce del **+7%**. Il ritorno in ufficio e alle occasioni conviviali spinge i consumatori a rinnovare il proprio abbigliamento, optando anche per uno stile più formale dopo anni di «super casual».
- L'**hard luxury** è la categoria che vede la maggiore crescita con la **gioielleria** a **+9%**, spinta dalla «branded jewellery» particolarmente amata dalle giovani generazioni. Rallentano gli **orologi**, dopo il boom degli ultimi due anni, con una crescita del **+6,5%**.

- Ottime performance anche della **pelletteria a +9,5%**, con la ricerca di prodotti iconici per occasioni speciali, e delle **calzature a +7,5%**.
La ripresa della «vita normale» fa crescere la **cosmesi**, e in particolare il make up dopo anni di solo skin care, con un **+7%**.

PRODOTTI	Consensus 2022	Consensus 2022 Update
Abbigliamento	+9%	+7%
Pelletteria	+11%	+9,5%
Calzature	+9%	+7,5%
Gioielleria	+10%	+9%
Orologeria	+7%	+6,5%
Cosmesi	+8%	+7%

ALTAGAMMA CONSENSUS 2022 UPDATE

EBITDA

CONSENSUS 2022 (NOVEMBRE 2021) +11%

CONSENSUS 2022 UPDATE

+9%

Gli analisti stimano una crescita sostenuta, ma leggermente inferiore rispetto alle stime di novembre per **la normalizzazione del mercato e per alcuni nuovi elementi di incertezza** (inflazione, caro energia e mancanza di materie prime) che potrebbero avere un impatto però soprattutto sul 2023. La crescita del dollaro potrebbe favorire i brand europei. La performance del mercato asiatico e cinese sarà l'ago della bilancia più significativo insieme all'esito ad oggi imprevedibile del conflitto Russia-Ucraina e ai prossimi possibili lockdown.

GRAZIE

WWW.ALTAGAMMA.IT