



ALTAGAMMA  
CREATIVITÀ E CULTURA ITALIANA

# ALTAGAMMA CONSENSUS 2024

Le stime dei consumi mondiali dei beni  
personali di lusso nel 2024

Milano, 14 novembre 2023

Stefania Lazzaroni  
Direttrice Generale, Altagamma



# ALTAGAMMA CONSENSUS 15<sup>^</sup> EDIZIONE

Il Consensus Altagamma offre una panoramica previsionale sui consumi dei **beni personali di lusso nel 2024**.

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 2023 di:

01. Mercati
02. Consumatori per nazionalità
03. Canali distributivi
04. Categorie di prodotto
05. Redditività del comparto (EBITDA)

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

# ALTAGAMMA CONSENSUS 2024

## 21 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 2024
Europa	+4%
Nord America	+2,5%
America Latina	+3%
Giappone	+6%
Asia	+8%
Middle East	+7%
ROW	+4,5%



# ALTAGAMMA CONSENSUS 2024

## MERCATI

L'incertezza e la volatilità macroeconomica internazionale - inflazione crescente, tassi di interesse elevati, tensioni geopolitiche, incrementi di prezzi e calo del potere d'acquisto dei consumatori di fascia medio-alta - fanno stimare per il **2024 una crescita moderata del mercato.**

### EUROPA

I turisti internazionali compenseranno la più debole domanda interna e avranno un impatto positivo sul mercato, in crescita del **4%**. I turisti cinesi, grazie allo sblocco dei visti e la ripresa completa dei viaggi, tornano nelle città Europee.

### AMERICA

Rallentamento della crescita **USA** a **+2,5%**, a causa degli effetti dell'inflazione e per le incertezze tradizionali dell'Election Year. Per l'**America Latina** si stima una crescita migliore al **3%** con un Messico che beneficia delle esportazioni per il cambio favorevole.

### GIAPPONE

Prosegue la sua crescita positiva al **+6%**, sotto la spinta della domanda locale e dei cinesi. E' il Paese che più sa apprezzare i prodotti del lusso e beneficia della crescita del turismo.

### CINA e ASIA

Si stima una crescita dell' **8%**, più bassa rispetto agli anni scorsi, per una minore domanda della classe medio-alta che è più cauta nelle spese e per la minaccia «daigou», cioè l'acquisto dei beni di lusso su mercati esterni con rivendita sul mercato domestico a prezzi più bassi. I cinesi hanno ripreso a viaggiare: i loro flussi potrebbero essere determinanti nella seconda parte dell'anno.

### MIDDLE EAST

Si prevede un ottimo **+7%**, nonostante le tensioni e l'instabilità politica dell'area. L'area del Golfo e in particolare l'Arabia Saudita rimane un mercato importante grazie anche ad investimenti continui ed ingenti in real estate che stanno aprendo nuove aree.

MERCATI	Consensus 2024
Europa	+4%
Nord America	+2,5%
America Latina	+3%
Giappone	+6%
Asia	+8%
Middle East	+7%
ROW	+4,5%

<b>CONSUMATORI</b>	<b>Consensus 2024</b>
<b>Cina</b>	<b>+10%</b>
<b>Giappone</b>	<b>+5%</b>
<b>Europa</b>	<b>+0%</b>
<b>Nord America</b>	<b>+3%</b>
<b>Asia Pacific (Australia &amp;Co)</b>	<b>+7%</b>
<b>ROW</b>	<b>+5,5%</b>

# ALTAGAMMA CONSENSUS 2024

# CONSUMATORI

La situazione macro economica mondiale favorirà la polarizzazione tra fasce più e meno abbienti della popolazione. La classe media conferma un minore potere d'acquisto a livello globale. I consumatori preferiscono acquistare esperienze a scapito dei prodotti fisici. Gen Z e Millennials UHNWI trainano i consumi del lusso con acquisti in età sempre più giovane.

## CINESI

Restano i best performer anche se a livelli inferiori rispetto agli anni pre Covid-19, con un **+10%**. I cinesi sono tornati a viaggiare e preferiscono acquistare all'estero. La classe medio-alta è più cauta nelle spese, ma la fascia più abbiente non rallenta i propri acquisti in beni di lusso.

## ASIATICI e GIAPPONESI

Vedranno rispettivamente un incremento del **7%** e del **5%**. I giapponesi saranno meno impattati dalla situazione macroeconomica mondiale.

## AMERICANI

Si attesteranno a **+3%** i loro consumi che risentono della situazione economica non particolarmente favorevole e della crescente inflazione. Gli sviluppi delle tensioni geopolitiche potrebbero inoltre rallentare i viaggi.

## EUROPEI

Risentiranno maggiormente del contesto macroeconomico: tassi di interesse alti, inflazione, venti recessivi e due guerre vicine indeboliscono la spinta ai consumi. Sono da sempre consumatori più parsimoniosi sui beni voluttuari e nel 2024 non si stimano crescite **(0%)**.

CONSUMATORI	Consensus 2024
Cina	<b>+10%</b>
Giappone	<b>+5%</b>
Europa	<b>+0%</b>
Nord America	<b>+3%</b>
Asia Pacific (senza Cina e Giappone)	<b>+7%</b>
ROW	<b>+5,5%</b>

<b>CANALI DISTRIBUTIVI</b>	<b>Consensus 2024</b>
<b>Retail fisico</b>	<b>+7,5%</b>
<b>Retail digitale</b>	<b>+4,5%</b>
<b>Wholesale fisico</b>	<b>+0%</b>
<b>Wholesale digitale</b>	<b>-1%</b>



Il canale retail – sia fisico che digitale – continua ad essere in crescita ed è il canale d’elezione per i Personal Luxury Goods. Penalizzato fortemente il canale wholesale e ridotto l’impatto dell’online che con Covid-19 aveva over-performato. Il rapporto diretto con i consumatori, un controllo di tutti i touchpoint e l’offerta di un’esperienza d’acquisto a 360 gradi si dimostrano fondamentali per migliorare la loyalty del consumatore.

## RETAIL FISICO

Performerà con un **+7,5%** e continua ad essere un canale strategico per il comparto grazie ad approcci sempre più personalizzati e phygital che migliorano il coinvolgimento del consumatore. Offerte ad hoc per i consumatori alto spendenti, showroom dedicati, modalità esclusive di vendita, aree entertainment ed experience come caffè e ristoranti permettono di coinvolgere al meglio il consumatore, aumentandone la loyalty.

## RETAIL DIGITALE

Continua la sua crescita, ma con performance meno brillanti rispetto agli anni precedenti. Per il 2024 si prevede un **+4,5%**.

## WHOLESALE

**Sia fisico che digitale** soffre e perde smalto: non vedrà una crescita nel 2024 **(-1%)**. La bassa propensione all’acquisto e gli alti stock del 2023 porteranno i wholesalers a ridurre gli ordini per le prossime stagioni. I consumatori di alta gamma cercano esperienze eccezionali: necessità per i wholesalers di collaborare con i brand per offrire esperienze potenziate attraverso pop-up store, eventi e prodotti speciali.

CANALI DISTRIBUTIVI	Consensus 2024
Retail fisico	<b>+7,5%</b>
Retail digitale	<b>+4,5%</b>
Wholesale fisico	<b>+0%</b>
Wholesale digitale	<b>-1%</b>

<b>PRODOTTI</b>	<b>Consensus 2024</b>
<b>Abbigliamento</b>	<b>+4%</b>
<b>Pelletteria</b>	<b>+6,5%</b>
<b>Calzature</b>	<b>+5%</b>
<b>Gioielleria</b>	<b>+5,5%</b>
<b>Orologeria</b>	<b>+3,5%</b>
<b>Cosmesi</b>	<b>+5%</b>



# ALTAGAMMA CONSENSUS 2024

# PRODOTTI

Il 2023 ha visto una crescita delle vendite soprattutto a valore, dovuta ai rilevanti aumenti dei prezzi dei prodotti di lusso. Nel 2024 l'aumento stimato delle vendite sarà principalmente a volume.

## ACCESSORI

Proseguono il loro trend positivo: **+6,5%** per la **pelletteria** e **+5%** per le **calzature**. I prodotti entry price soffrono e la domanda è più debole per i prodotti aspirazionali.

## COSMESI

**+5%** trainata dallo skin care, dal make up e dai profumi di nicchia soprattutto negli Stati Uniti. La ripresa del travel retail potrebbe sostenere la cosmesi. Tra i mercati con più potenziale per questa categoria di prodotto si segnala l'India.

## ABBIGLIAMENTO

Si stima una crescita del **4%** con la ripresa di un abbigliamento meno casual. E' la categoria che risente maggiormente della diminuzione della spesa dei consumatori che preferiscono acquistare lusso esperienziale. Possibili impatti relativi ai cambiamenti climatici globali.

## HARD LUXURY

Prosegue il trend positivo specie nella **gioielleria** con un **+5,5%**: il gioiello rimane un bene rifugio e di investimento. Anche il Fashion Jewelry cresce in modo positivo.

Stabile la crescita degli **orologi** che segneranno un **+3,5%** proseguendo nel rafforzamento della ricerca del pezzo unico. Orologi iconici difficili da reperire e, come i gioielli, percepiti come un investimento.

PRODOTTI	Consensus 2024
Abbigliamento	+4%
Pelletteria	+6,5%
Calzature	+5%
Gioielleria	+5,5%
Orologeria	+3,5%
Cosmesi	+5%

# ALTAGAMMA CONSENSUS 2024

EBITDA

**+4%**

Nel 2023 le imprese hanno alzato i prezzi per compensare l'aumento dei costi, portando a marginalità più alte. Per il 2024 si stima una crescita «normalizzata» e dunque una crescita dell'EBITDA più contenuta. Causa l'incertezza e la volatilità del contesto economico e geopolitico, le stime degli analisti sono quest'anno diversificate e in molti casi divergenti. I ricavi invece manterranno un andamento positivo stimato in un low single digit del **5 o 6%**.



# IL PUNTO DI VISTA DEI BRAND

Ed ecco, per la prima volta, il **sentiment** dei brand Altagamma dei diversi settori per il 2024

<b>SETTORI</b>	<b>Sentiment 2024 sul FATTURATO</b>
<b>Moda</b>	<b>+6%</b>
<b>Design</b>	<b>+5%</b>
<b>Alimentare</b>	<b>+5%</b>
<b>Gioielleria</b>	<b>+5%</b>
<b>Motori</b>	<b>+8%</b>
<b>Nautica</b>	<b>+2%</b>
<b>Ospitalità</b>	<b>+9%</b>

# IL PUNTO DI VISTA DEI BRAND

**I 3 MERCATI** primari per le aziende del lusso italiano: omogenei per tutti i settori

EUROPA  
NORD AMERICA  
CINA E ASIA

**Quale mercato con più potenziale?**

STATI UNITI per il settore ALIMENTARE  
ASIA e MEDIO ORIENTE per il settore del DESIGN e della MODA  
INDIA per il settore dell'OSPITALITA'



GRAZIE

[WWW.ALTAGAMMA.IT](http://WWW.ALTAGAMMA.IT)