

PREVISIONI SETTORI CLIENTI 2021

Sulla base dei più recenti dati disponibili, gli analisti stimano una **chiusura 2020 con una drastica riduzione del mercato dei beni personali di lusso** (moda, gioielleria, accessori, cosmetica), pari a -23%, in linea con il risultato complessivo dell'industria del lusso (-20/22%). Tuttavia, sebbene gli scenari rimangano incerti, nel **2021 è previsto un ritorno alla crescita** a due cifre (+14% in media), mentre si dovrà attendere il biennio successivo per osservare un completo recupero delle perdite accusate da questo mercato a causa della pandemia globale Covid-19.

Prodotti

Nel dettaglio per categorie, la **pelletteria** registrerà la crescita maggiore (+16% nel 2021) grazie all'incremento degli acquisti online e ad una propensione agli "acquisti-investimenti" di maggior costo già osservata in parte del 2020. La tendenza dovrebbe proseguire, consentendo alla pelletteria di portarsi ai livelli pre-Covid già entro la fine del prossimo anno.

Previsioni al rialzo anche per **abbigliamento e calzatura** (+14% il prossimo anno), che mostrano tuttavia una crescita meno dinamica rispetto alla pelletteria. Ad influire negativamente soprattutto gli eccessi di magazzino, il massiccio ricorso a modalità di lavoro a distanza (*smart-working*) e la dinamicità dell'*Activewear/Leisurewear*.

L'**automotive** risalirà la china con incrementi di produzione compresi tra il 7% e il 9% nel 2020-2021, dopo una conclusione pesante dell'anno in corso (-20%). Ribassi più limitati per il segmento delle auto di lusso dove la perdita stimata è compresa tra l'8/10%.

A causa della pandemia si stima una contrazione del 4% del mercato mondiale del **legno-arredo** nel 2020 mentre per il prossimo anno si prevede che il mercato riprenderà a crescere a un tasso medio del 7%, complice anche il rafforzamento di alcune tendenze emerse in relazione alla pandemia. Crescente il ruolo della casa, intesa come "bozzolo" personale, con sempre maggiori esigenze di personalizzazione, espressione di sé e funzionalità che spingeranno l'acquisto di accessori e complementi di design. Al contempo l'allentamento dei confini tra gli spazi di vita e di lavoro enfatizzerà la rilevanza del comfort tra i criteri chiave di acquisto nel settore arredo.

Consumi

Lo spaccato relativo all'analisi dei consumi enfatizza la forte crescita dell'area asiatica: +17% nel 2021, a fronte della rinnovata conferma della leadership mondiale dei consumatori **cinesi** nella spesa per beni personali di lusso. Gli acquisti cinesi sono infatti stimati in incremento del 20% durante il prossimo anno, con un parziale ritorno agli spostamenti al di fuori del Paese (*travelspending*). Ritrovato dinamismo anche per i **giapponesi**, che si combina alla possibile maggior attrazione di viaggi dalla Cina: +10% le previsioni di crescita dei consumi nipponici. Nonostante l'assenza di flussi turistici (50% delle vendite di beni personali di lusso nell'UE), i consumi **in Europa** riprenderanno a crescere, seppur moderatamente (+11% nel 2021), alla luce del fatto che l'impedimento a viaggiare favorirà gli acquisti di beni rispetto alla tradizionale spesa per viaggi/hospitality. Solidità per i consumatori **Nord Americani** (+12% la crescita dei consumi il prossimo anno), che si dimostreranno rapidamente propensi al ritorno ad acquisti di beni personali di lusso, soprattutto a livello domestico.

Fonte: Altagamma, Bain&Co, Cassa Depositi e Prestiti, ANFIA/OICA, Roland Berger, S&P