



Lifestyle

Lusso: un'opportunità per il Made in Italy

Al Deluxe Costa Smeralda presentati i risultati dell'Osservatorio del Lusso 2008.

Come l'anno scorso il fine settimana del **Deluxe Costa Smeralda** non è stato soltanto un momento di svago ma anche l'occasione per presentare i **risultati della ricerca sullo stato del mercato del lusso a livello mondiale**.

Emerge un quadro che vede nel **lusso un'opportunità di sviluppo del made in Italy**.

La **crescita del mercato mondiale**, lo **sviluppo di alcuni segmenti produttivi** e l'**affermazione di nuove tendenze** sono per l'**Osservatorio del Lusso 2008**, realizzato in esclusiva per la **Marina di Porto Cervo**, i tre fattori strategici che nel corso del 2007 hanno consentito alla filiera del lusso italiano di mantenere le posizioni.

Nel corso del 2008 e del 2009 i principali centri di ricerca prevedono il mantenimento della dinamica internazionale: il rallentamento della domanda statunitense dovrebbe essere compensato dall'aumento della richiesta da parte di Paesi come la Cina, la Russia, l'India, il Giappone e il Brasile.

Per il Made in Italy è in atto uno spostamento dei baricentri di attenzione e la vera sfida per le nostre imprese sarà costituita dalla capacità di adeguarsi al cambiamento dei poli di interesse commerciale.

Il trend del mercato e il lusso made in Italy

Secondo le stime dell'Organizzazione Mondiale del Commercio (WTO), il commercio mondiale sta crescendo ad un ritmo del 6% all'anno, grazie alla robusta affermazione dei Paesi che fino a qualche anno fa erano considerati in via di sviluppo e che ora giocano anche un ruolo trainante nel nuovo quadro internazionale. Il mercato dei prodotti di lusso (personale e domestico) è cresciuto – secondo l'International Herald Tribune – dai 145

miliardi di euro del 2005 ai 180 miliardi di euro del 2007 ed entro il 2009 supererà i 200 miliardi di giro d'affari.

Tessile, moda, abbigliamento e calzature, arredamento, oggettistica: in questi settori produttivi e di mercato il Made in Italy ha giocato bene le sue carte, tanto che per alcuni segmenti sono cresciute le esportazioni e con esse fatturato e utili. **Il lusso si conferma una sfera di eccellenza italiana** sia in grado di affermare la qualità della produzione nazionale sia in grado di generare e mantenere occupazione qualificata, anche se questi aspetti non sempre vengono recepiti dall'opinione pubblica italiana.

Ci sono **nuove opportunità**, nel solco di nuove tendenze di fondo che si stanno affermando e irrobustendo. La crescita economica di alcuni Paesi ha contribuito alla **ripresa di alcuni comparti tradizionali** e pone nuove sfide in prospettiva. Una tendenza che si dovrà monitorare con particolare attenzione riguarda la **tecnologia**, che da alcuni anni sposa il lusso producendo articoli di altissima gamma (televisori, telefonini, etc.).

Un'altra riguarda l'**etica**, tanto che si può cominciare a parlare di "**lusso etico**": alcuni produttori di tessile abbigliamento chiedono al mercato materie prime (soprattutto cotone) provenienti da zone di coltivazione dove non viene impiegato lavoro minorile e dove non vengono utilizzati prodotti chimici, fertilizzanti e additivi, in grado di creare problemi all'ambiente.

Un altro trend, che si intreccia alla tradizione del Made in Italy, è lo sforzo di creare, rigenerare o mantenere le **competenze artigianali**, soprattutto per quelle produzioni che difficilmente possono essere industrializzate. Il livello di affermazione di alcune produzioni (moda, orafa, etc.) dipenderà infatti anche da quanto l'artigianalità riuscirà a far emergere nel corso degli anni.

Per altri comparti invece sarà indispensabile fare **ricorso al mercato dei capitali** per garantire le possibilità di linee di sviluppo. Si pensi ad esempio alla **cantieristica**. La domanda internazionale di yacht e superyacht di lusso è in sensibile crescita. Nel nostro Paese non mancano le idee e le competenze. Piuttosto sono carenti le risorse finanziarie: le società dei cantieri sono spesso sottocapitalizzate e necessitano di nuovo ossigeno, che potrebbe venire dal circuito bancario ma anche dai Fondi di Private Equity.

In conclusione, secondo i segnali raccolti dal mercato e dai media, l'Osservatorio del Lusso, il Lusso Made in Italy potrebbe costituire un pilastro della crescita economica a cui il Paese è chiamato a guardare con crescente consapevolezza.