



## L'intervento

# Imprese del lusso unite all'estero per ridurre i costi

di **MARIA LUISA TRUSSARDI**

*Ci si domanda se il lusso, cresciuto dal 2001 del 153%, possa ancora correre. Questo il tema discusso nel simposio "Next luxury" durante il sesto Milano Fashion Global Summit organizzato da Class Editori, Università Bocconi, Wall Street Journal e Camera nazionale della Moda Italiana. Molti i protagonisti del settore chiamati a confrontarsi sulle prospettive del lusso in relazione alle strategie distributive nel mercato mondiale. Gli analisti di Merrill Lynch hanno acceso un piccolo campanello d'allarme: la propensione agli acquisti degli americani, durante e dopo il Thanksgiving day, sembrava scesa sia per numero di persone che per valore medio dell'acquisto. Ma, a ben analizzare, se l'acquisto medio è andato male il lusso e il discount sono andati, invece, alla grande. Bando al pessimismo nelle previsioni delle vendite natalizie e del prossimo anno: malgrado il rallentamento generale, il lusso - il nostro protagonista - non da ancora minimi segni di fermo. Così il 2007 potrebbe chiudersi con un incremento a due cifre, +12%, rispetto allo scorso anno. E la previsione del 2008 è di un incremento del +9%. Per gli investitori del settore lusso quotato ci saranno ancora buone performances, perché gli industriali della moda sono capaci di grande efficienza e lungimiranza, che da sole garantiscono eccellenti risultati. Nel mondo e particolarmente in Russia, Cina e India vivono, prosperano e crescono i nuovi ricchi, per i quali la qualità del made in Italy è un richiamo irrinunciabile. Inoltre la crescita economica in quei Paesi è forte (India +8%, Cina +10%) e garantisce in questi mercati ancora crescenti successi. Tutti questi fattori sono portatori di un elevato fattore di sviluppo per i prodotti di alta gamma made in Italy, sfatando le previsioni pessimistiche delle solite Cassandrae che vedono, nella volatilità dei mercati e nella variabilità dei tassi di cambio, un ineludibile stop alla nostra crescita. È comunque definitivo che la crescita si farà all'estero, in quei Paesi dove aumento del Pil e nuovi ricchi la fanno da protagonisti ma dove, per tornare alle politiche distributive, il costo degli spazi commerciali è cresciuto tanto da diventare proibitivo per le piccole (si fa per dire) aziende del lusso, per le quali sarebbe utile associarsi e condividere importanti locations e anche per ridurre costi altrettanto importanti.*

