

Ore 11.20

MODA/ MONTEZEMOLO: ALLARGARE I CONFINI DEL LUSO

Milano, 27 nov. (Apcom) - Il lusso oggi va interpretato in "termini allargati", considerando parte di questa categoria settori come la nautica o il cibo. A lanciare questo messaggio il presidente di Confindustria, Luca Cordero di Montezemolo, intervenuto questa mattina in videoconferenza a Milano al Global fashion summit. "Dobbiamo guardare al lusso in termini allargati - ha detto durante il suo intervento - come la nautica, e certe aree del food. Questa tipologia si amplia sempre più". Per Montezemolo, tuttavia, è necessaria una sempre maggiore preparazione da parte dei manager che guidano le aziende del lusso. "Il settore - ha spiegato - ha bisogno di una dimensione professionale maggiore affinché dietro i padri-padroni delle aziende si crei un management qualificato". In Italia, ha fatto notare il presidente di Confindustria, "ci sono grandi gruppi e famiglie, ma al tempo stesso ci sono anche passaggi generazionali importanti".

Oggi il concetto di lusso è legato, a giudizio del presidente di Confindustria, "alla qualità e alla durata nel tempo, non solo al marchio ma anche ai contenuti perché il consumatore ha più possibilità di scelta".

Guardando al panorama mondiale e agli sviluppi cui il settore del lusso sta andando in contro, Montezemolo ha fatto constatare come "fortunatamente i nomi storici delle capitali del lusso rimangono", alludendo a città come New York, Milano e Parigi ma "con la globalizzazione città come Tokyo sono divenute importanti per design e ricerca". In questo contesto "considero India e Cina grandi potenzialità". "Nel futuro - ha proseguito - avremo marchi cinesi che potranno diventare delle icone ma per ora gli italiani sono felici di avere tante icone. La sfida è renderle adattabili ai gusti di tanti mercati". Nei prossimi anni, Montezemolo ritiene che il turismo possa costituire un settore di sviluppo per il lusso: "Ai grandi hotel - ha spiegato - si contrapporranno hotel de charme, più piccoli ma che daranno la possibilità di abbinare moda, design e auto". "La creatività per fortuna non ha limiti - ha concluso - a condizione di essere coerenti con la propria cornice".