

Direttore: Giampietro Baudo

Nuovi mercati

Questo è il momento di comprare in India

Lo consiglia Concetta Lanciaux, ex braccio destro di Bernard Arnault (Lvmh), visto che nel paese il 95% dei consumi di lusso è legato principalmente ai brand locali. **Andrea Bigozzi**

«**P**ortare il proprio marchio in India? Certo è una buona mossa, ma ancora meglio, se si opera nel mercato del lusso e si ha la possibilità di investire, sarebbe acquistare un brand locale, visto che ancora in questo paese il 95% dei consumi legati al settore riguardano prodotti locali». E' questo uno dei consigli indirizzati al pubblico che ha seguito i lavori del Milano fashion global summit, da **Concetta Lanciaux**, l'ex gran consigliere di **Bernard Arnault**, numero uno del gruppo del lusso **Lvmh** e oggi titolare di una propria agenzia di consulenza. «In effetti per entrare nei nuovi mercati emergenti un modo proficuo e stabile può essere quello di finanziare un partner, aiutarlo a crescere e portare in dote non il marchio made in Italy, come fanno in molti, ma il know-how». E poi ha aggiunto: «Inoltre sono convinta, che per avere successo in India ci vogliono anche una certa referenza culturale e una sensibilità trasversale, come nel caso di brand quali **Kenzo** ed **Etro**, che stanno riscontrando un buon successo di mercato». All'industria del fashion, in-



Concetta Lanciaux

somma, per crescere su di un mercato sempre più globalizzato ci vorranno uomini nuovi, ma anche un'iniezione di capitali freschi. «In effetti tra i nodi da sciogliere», ha sottolineato ancora Lanciaux, «c'è di sicuro quello dei vertici aziendali delle società italiane, che andrebbero cercati anche al di fuori dai confini del paese. Questo potrebbe essere un modo per riuscire a capire e anticipare la concorrenza». E lo scenario illustrato da Lanciaux trova riscontro anche nel suo passato professionale: «Quando ero ancora in Lvmh» ha ricordato, «fu una questione di sensibilità culturale a farci scegliere di affidare a **Marc Jacobs** la griffe **Louis Vuitton**, e non il suo gusto. Quello si può sempre imparare». E in vista di una organizzazione manageriale più strutturata, l'ex braccio destro di Arnault vede con favore anche i fondi di private equity che stanno movimentando l'assetto di molte aziende italiane nel campo del lusso: «A patto che», ha poi concluso Lanciaux, «ci sia una sinergia tra le parti e non si tratti solo di chi è disposto a pagare più soldi». (riproduzione riservata)