

Inchieste

Value Partners, anche il lusso deve cambiare

Anche il lusso deve cambiare. Per **Giacomo Santucci**, advisor luxury goods di **Value partners**, per le griffe del settore è arrivato il momento di nuove scelte, come testimonia i risultati di una ricerca qualitativa condotta dalla società di consulenza e presentata ieri durante il convegno. «Le parole d'ordine sono sviluppo nei quartieri innovativi, logica digitale ed eventi a invito», ha sottolineato il manager, «per riportare così il cliente al ruolo di vero protagonista». Secondo l'analisi, inoltre, i cambiamenti nel gusto sollecitano una nuova concezione del lusso stesso: «Il punto», ha osservato Santucci, «è che il lusso di domani diventa un qualcosa di più nascosto, ad attrarre non saranno più le vie ghetto della moda, ma la possibilità di tornare a studiare o leggere una poesia».