



**ALTAGAMMA**  
CREATIVITÀ E CULTURA ITALIANA

# ALTAGAMMA CONSENSUS 2025

**Le stime dei consumi mondiali dei beni  
personali di lusso nel 2025**

**Milano, 13 novembre 2024**

**Stefania Lazzaroni  
Direttrice Generale, Altagamma**

# ALTAGAMMA CONSENSUS 16<sup>^</sup> EDIZIONE

Il Consensus Altagamma offre una panoramica previsionale sui consumi dei **beni personali di lusso nel 2025**.

Le stime sono formulate grazie agli approfondimenti di alcuni degli analisti più importanti del settore, dei nostri Partner consulenti e di Altagamma.

Le previsioni mostrano la crescita/decrecita rispetto al 2024 di:

01. Mercati
02. Consumatori per nazionalità
03. Canali distributivi
04. Categorie di prodotto
05. Redditività del comparto (EBITDA)

Le stime degli analisti rappresentano un connubio fra elaborazioni di dati ufficiali e percezioni personali.

# ALTAGAMMA CONSENSUS 2025

## 21 ANALISTI

Quest'anno hanno contribuito all'Altagamma Consensus:



Le stime sono basate su **valuta costante**, così che le performance possano essere comparate agli anni precedenti come se i tassi di cambio restassero costanti nel tempo.

MERCATI	Consensus 2025
Europa	+2%
Nord America	+3,5%
America Latina	+4%
Giappone	+2%
Asia e Cina	+3%
Middle East	+5%
ROW	+3,5%

La situazione macroeconomica internazionale resta incerta: inflazione, tassi di interesse elevati, tensioni geopolitiche, incrementi di prezzi e calo del potere d'acquisto dei consumatori fanno stimare per il **2025 una crescita moderata del mercato.**

## EUROPA +2%

La debole domanda interna sarà parzialmente compensata da **flussi turistici** in particolar modo americani, ma si spera anche cinesi. Si stima un **+2%**. Germania, Francia e UK temono aumenti di tasse e il clima di incertezza pesa, ma la crescita dei redditi reali dovrebbe continuare ad aumentare.

## NORD AMERICA +3,5%

È il mercato prioritario per tutti i nostri settori: moda, design, alimentare, ospitalità, etc. Un mercato volatile, ma con grande potenziale vista la riduzione dei tassi. Si stima un **+3,5%**. Certo con l'inizio della Presidenza di Trump i timori verso **possibili dazi** a prodotti europei crescono.

## GIAPPONE +2%

del 4%.

Dopo la forte crescita nel 2024, il mercato rallenta e si stima **+2%** dovuto ad un **cambio YEN meno positivo** e, di conseguenza, alla

## ASIA E CINA +3%

Incerta la crescita in Cina che si stima a **+3%** per la più cauta domanda della classe media e la crisi immobiliare, che ha inciso sulla fiducia dei consumatori. Il governo sta varando nuovi aiuti e tagli fiscali che potrebbero agire nella seconda parte del 2025. Asia e Cina **saranno l'ago della bilancia** per il lusso.

## MIDDLE EAST +5%

## ROW +3,5%

Il Medio Oriente riconferma una crescita del **+5%**, nonostante l'instabilità politica dell'area. L'area del Golfo e in particolare **l'Arabia Saudita** rimane un mercato di rilievo con investimenti ingenti in real estate. Russi, libanesi e siriani hanno cercato rifugio nell'area, che è cresciuta significativamente per moda, gioielli e cosmesi.

La stima per il REST OF THE WORLD è di **+3,5%**.

CONSUMATORI	Consensus 2025
Cina	+2%
Giappone	+1%
Europa	+2%
Nord America	+4,5%
Asia Pacific (Australia & Co.)	+3%
ROW	+4,5%

I consumatori del lusso presentano una forte polarizzazione fra l'1% degli HNWI (High Net Worth Individuals) e le altre fasce di consumatori, che perdono invece potere d'acquisto a livello globale. Si confermano l'attenzione per le esperienze e il traino di **consumatori più maturi** rispetto alla GENZ.

## CINESI +2%

Non sono più i best performer del comparto e la contrazione è stata significativa. La crescita resta positiva con un **+2%** e una possibile ripresa dei viaggi nella seconda metà dell'anno. La fiducia è fortemente intaccata dalla crisi del real estate e dai tassi di disoccupazione giovanile. Il nuovo **Luxury Shame**, fenomeno socio-culturale, potrebbe protrarsi.

## GIAPPONESI +1% ASIA PACIFIC +3%

Vedranno rispettivamente un incremento più moderato del **3%** per l'Asia Pacific (Australia etc). Significativamente più contenuta la crescita per i consumatori giapponesi **1%**.

## AMERICANI +4,5%

Best performer gli americani con un **+4,5%**. Post elezioni i consumi dovrebbero riprendere e il **calo dell'inflazione** (tagli dei tassi della FED) potrebbe agevolare i consumatori medio-alti e aspirazionali che avevano sofferto.

## EUROPEI +2%

Continuano a risentire del contesto macroeconomico: tassi di interesse alti, inflazione, venti recessivi e due guerre vicine indeboliscono la spinta ai consumi. Crescono però i risparmi e dunque **la ricchezza permane**. Sono da sempre consumatori più cauti e maturi: nel 2025 non si stimano crescite significative **2%**.

CANALI DISTRIBUTIVI	Consensus 2025
Retail fisico	+5%
Retail digitale	+3%
Wholesale fisico	+0%
Wholesale digitale	+0%

Il canale retail continua ad essere il canale d'elezione per i Personal Luxury Goods e cresce in modo significativo accompagnato dal retail digital. Il canale wholesale sia digitale che fisico riduce drasticamente il proprio impatto.

## RETAIL FISICO +5%

Best performer per lo sviluppo di nuove geografie, a cui il canale si adatta fluidamente con un **+5%**. Resta un canale strategico per il lusso grazie ad **approcci personalizzati e phygital**, come offerte ad hoc per i consumatori alto spendenti, showroom dedicati, modalità esclusive di vendita, aree di entertainment ed experience (come caffè e ristoranti).

## RETAIL DIGITALE +3%

### RETAIL DIGITALE

I marchi continuano a presidiare il canale (sviluppo AI) che resta intrinsecamente legato al retail fisico. Si conferma una crescita moderata per un canale che per i brand pesa circa il 9/10% (meno del post Covid). Per il 2025 si prevede un **+3%** (meno del fisico).

## WHOLESALE DIGITALE E FISICO +0%

Il wholesale, sia fisico che digitale, conferma la perdurante crisi e non si stima una crescita (**0/-1%**). I consumatori di alta gamma cercano esperienze coinvolgenti e i brand stanno elaborando nuove formule di coinvolgimento, ma sempre molto private e fisiche. Il wholesale digitale soffre e non riesce a proporre offerte tali da fidelizzare i consumatori.

PRODOTTI	Consensus 2025
Abbigliamento	+3%
Pelletteria	+2%
Calzature	+1%
Gioielleria	+4,5%
Orologeria	+1%
Cosmesi	+6%

# ALTAGAMMA CONSENSUS 2025

# PRODOTTI

Le crescite a valore del 2024, lasciano spazio a crescite più moderate a volume nel 2025. Performano molto bene **gioielli e cosmesi**: best categories 2025.

**PELLETERIA +2%**

**CALZATURE +1%**

Crescite più modeste: **+2%** per la **pelletteria** e **+1%** per le **calzature**.

Per la pelletteria, gli aumenti di prezzi, il calo dei consumatori occasionali e del turismo cinese hanno ridotto le vendite e aumentato gli stock. Le vendite delle calzature vedono una saturazione del casual e una ricerca di nuove proposte sempre

**COSMESI +6%**

Crescita della cosmesi a **+6%**, trainata dallo skin care (benessere e tecnologie), dal make-up e dai profumi di nicchia. La cosmesi procede a gonfie vele un po' ovunque supportata anche dalla facilità con cui riesce a proporsi online.

**ABBIGLIAMENTO +3%**

fidelizza sempre più i giovani.

Si stima una crescita moderata del **3% e molto polarizzata** fra i marchi che continuano a crescere (quiet luxury) e marchi che

**GIOIELLI +4,5%**

**OROLOGI +1%**

Prosegue il trend positivo specie nella **gioielleria** con un **+4,5%**: il gioiello rimane un bene rifugio e di investimento. Il fashion jewelry cresce in modo positivo. Anche in Cina, il gioiello ha vendite molto positive diversamente da altre categorie.

Gli acquisti di **orologi** segneranno, dopo un 2024 di sostanziale descrescita (-5%), un **+1%**. L'acquisto di orologi si normalizza dunque.

# ALTAGAMMA CONSENSUS 2025

EBITDA

**+3%**

Nel 2024 i brand hanno sofferto per la mancata ripresa della Cina e per una generale situazione congiunturale (inflazione e conflitti geopolitici). Esperienze a parte (**turismo, fine food, wellness, cars & yachting**), vi sono stati cali significativi nel nostro comparto che non si registravano da 15 anni. Per il 2025 si stima un recupero dell'**EBITDA**, in crescita del **3%**, anche grazie alla maggiore efficienza e alla razionalizzazione dei costi.

La ripresa dei viaggi e della fiducia dei cinesi potrebbe avere un impatto positivo su questo scenario nel secondo semestre. Si stima una crescita dei **ricavi** del **3%**.

# IL PUNTO DI VISTA DEI BRAND

Questo il **sentiment dei brand Altagamma** dei diversi settori per il 2025

SETTORI	Sentiment 2025 sul FATTURATO
Moda	+4%
Design	+2%
Alimentare	+3%
Gioielleria	+2%
Motori	+2%
Nautica	+6%
Ospitalità	+8%

# IL PUNTO DI VISTA DEI BRAND

**I 3 MERCATI primari per le aziende del lusso italiano: omogenei per tutti i settori**

EUROPA  
NORD AMERICA  
CINA/GIAPPONE

**Quale mercato con più potenziale?**

MEDIO ORIENTE per tutti i settori  
BRASILE per il settore OSPITALITÀ

GRAZIE

[WWW.ALTAGAMMA.IT](http://WWW.ALTAGAMMA.IT)