



REUTERS ITALIA

Lusso, in 2013 partenza lenta, ripresa in secondo semestre

martedì 4 dicembre 2012 12:21

FIRENZE (Reuters) - Il 2013 si presenta come un anno ancora volatile per i mercati del lusso, con una prima parte più lenta e faticosa e una ripresa attesa nel secondo semestre.

Lo ha detto l'AD di Ferragamo Michele Norsa a margine del Milano Fashion Global Summit a Firenze.

"Il 2012 è l'anno migliore che la nostra società abbia mai affrontato nella sua storia", ha risposto ai giornalisti che chiedevano una previsione sull'andamento dei mercati per il prossimo anno.

Riferendosi all'andamento generale dei mercati, Norsa ha aggiunto che "nel 2013 ci sarà ancora grande volatilità sui mercati. La prima parte dell'anno probabilmente sarà più lenta e faticosa. Nella seconda parte probabilmente ci sarà una ripresa. Sono queste le indicazioni che riceviamo da tutti i paesi".

Quanto all'Asia, la flessione dei consumi che si è registrata nel terzo trimestre del 2012 c'è stata "perché gli asiatici hanno comprato in Europa", ha sottolineato Norsa.

"I mercati sono soggetti a una grande volatilità, bisogna tenere i nervi saldi e prevedere giorno per giorno", ha aggiunto

nel corso del suo intervento al Milano Fashion Global Summit.

A margine dell'evento, Norsa non ha voluto fare previsioni sull'andamento dei consumi in Asia nel 2013 e ha osservato che "il 2012 ha avuto un andamento eccellente e a questo si aggiunge il flusso dei consumatori asiatici in giro per il mondo, soprattutto in Europa. Dobbiamo imparare a gestire questi flussi e ad attrarli come Paese".

La leva per incrementare le quote di mercato del lusso, secondo Norsa, è "un incrocio tra viaggiatori e mercati".

L'appuntamento fiorentino è dedicato quest'anno a "La conferma degli Usa, il ritorno del Giappone e la promessa del Brasile". A proposito di questi tre mercati, Norsa ha detto che "per i prossimi anni il mercato Usa è al primo posto, il Giappone al secondo e il Brasile al terzo: per il Brasile serve un percorso più lungo, sia perché deve ancora svilupparsi sia per la questione dei dazi doganali".

A proposito dell'interesse di investitori stranieri per i brand italiani del lusso, a margine dell'evento Norsa ha evidenziato che "l'Italia ha saputo costruire valori riconosciuti globalmente, dieci anni fa i brand italiani non avevano lo stesso appeal e le stesse dimensioni. E' un percorso che, ad esempio, la Francia ha già fatto".

Sul sito www.reuters.it le altre notizie Reuters in italiano. Le top news anche su www.twitter.com/reuters_italia

© Thomson Reuters 2012. All rights reserved. Users may download and print extracts of content from this website for their own personal and non-commercial use only. Republication or redistribution of Thomson Reuters content, including by framing or similar means, is expressly prohibited without the prior written consent of Thomson Reuters. Thomson Reuters and its logo are registered trademarks or trademarks of the Thomson Reuters group of companies around the world. Thomson Reuters journalists are subject to an Editorial Handbook which requires fair presentation and disclosure of relevant interests.