

Lo scorso 18 novembre si è tenuto il consueto appuntamento annuale con l'osservatorio legato al mondo del lusso promosso da **Altagamma**. Sembra una contraddizione parlare di lusso in uno scenario dettato dalla crisi pandemica in corso, ma le evidenze emerse mostrano un contributo e un significato ben più profondo rispetto ai canoni standard di classificazione.

Infatti, se nel 2020 gli andamenti negativi hanno toccato tutti i compatti merceologici, a partire dal prossimo anno le previsioni mostrano crescita a doppia cifra legate a nuovi trend in atto:

- ritorno all'acquisto presso **realtà locali**;
- **generazione Z** più orientata ad acquisti a clessidra (polarizzazione consumi);
- il **digitale** offre esperienze sempre più simili a quelle vissute nei punti vendita fisici;
- trasformazione dell'**ecosistema distributivo**.

Nel comparto cosmetico, le previsioni per il 2021 vedono una crescita dei prodotti con alto posizionamento di prezzo, pari al **15%**, trainati soprattutto dalla categoria della **cura pelle**. A livello geografico sarà interessante vedere la reazione dei mercati maggiormente attratti dal richiamo del Made in Italy per questa famiglia di prodotto, soprattutto dell'**area asiatica** dove la previsione di crescita è pari al **17%**.