

Finanza

# Gam, il lusso è un bene rifugio

Per gli esperti i beni di fascia alta sono la nuova alternativa all'oro contro l'inflazione, che per Burberry e Richemont non ha inciso sulle vendite. L'elemento chiave del pricing power del settore risiede negli alti margini lordi. **Federica Camurati**

**È** il settore del lusso il deterrente contemporaneo all'inflazione crescente. Dall'inizio dell'anno, l'aumento prolungato del livello medio generale dei prezzi risulta essere il problema più impellente non solo per i possibili impatti nella seconda metà del 2022, ma anche per come potrebbe esserne condizionato l'orizzonte di lungo termine. Ma se negli anni Settanta, dopo decenni di crescita e benessere senza tensioni sui prezzi al consumo, era stato l'oro a rappresentare un baluardo contro il ritorno dell'inflazione, oggi a svolgere questo compito saranno i beni di alta gamma. Secondo gli esperti di **Gam**, infatti, le aziende luxury beneficiano di prezzi ca paci di crescere fuori scala rispetto ai comuni indici di inflazione e possono imporli senza il pericolo di diminuire le vendite, facendone una protezione dall'inflazione migliore dell'oro. «C'è una sorta di idea sbagliata che il comparto del lusso non possa performare in tempi di inflazione crescente», ha

spiegato **Swetha Ramachandran**, investment manager e responsabile del **fondo Gam luxury brands equity**. «Al contrario, questa è un'industria che tende a performare positivamente in tempi di inflazione perché i beni sottostanti hanno un forte pricing power e i consumatori di prodotti di lusso sono tipicamente anelastici al prezzo». L'elemento principale del pricing power del settore sta negli alti margini lordi. Nelle ultime settimane, per esempio, sia **Burberry** che il gruppo **Richemont** hanno rilasciato dichiarazioni commerciali citando una domanda robusta, indicando così che l'aumento dei prezzi non si è ancora dimostrato un deterrente per i loro consumatori target. Le quotazioni delle due aziende risultano in



Un look Burberry

salute, con la maison britannica in rialzo di oltre il 6% nell'ultimo anno a 1.979 sterline (pari a 2356,6 euro al cambio di ieri) e la controllante delle griffe **Cartier e Van Cleef & Arpels** a +50% con 133,6 franchi svizzeri (quasi 127 euro). A completare la capacità dell'industria dell'alto di gamma di trasferire le pressioni inflazionistiche ai consumatori sono i bilanci immacolati del settore. Queste società hanno tipicamente liquidità netta positiva e sono anche al livello più basso di leva finanziaria a causa delle misure prese durante la pandemia, il che significa che sono isolate in larga misura dai tassi crescenti che tipicamente accompagnano l'inflazione. Gli acquisti di beni di fascia alta sono inoltre destina-

ti ad aumentare stando a un recente sondaggio di **Hsbc**, che suggerisce un livello ragionevolmente alto di ottimismo tra i consumatori di lusso che si aspettano che il loro reddito rimanga piatto o addirittura aumenti. A essere particolarmente vivace in questo momento è il mercato luxury negli Stati Uniti, passato a rappresentare dal 20-23% al 27-28% della domanda globale. Ci sono diverse ragioni per questa crescita. «Mentre i tassi di risparmio si stanno normalizzando, la ricchezza delle famiglie americane è ai massimi storici, il che favorisce il consumo del lusso», ha specificato l'esperta di **Gam**. «Inoltre la consumer base si sta allargando, con più uomini che stanno entrando nella categoria attratti dallo streetwear, mentre il lusso non è più appannaggio solo di certe località alla moda, ma si sta espandendo ad altre città. Infine, soprattutto i giovani sono attratti dall'etica del buy less, buy better promossa dal settore», ha concluso Ramachandran. (riproduzione riservata)

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

