

Scenari

# Matteo Lunelli (Altagamma): «L'iperlusso resta in espansione»

«Se l'incertezza economica ha portato a un abbassamento dell'outlook sul 2023, il segmento high end continuerà a crescere grazie a yacht e gioielleria», ha spiegato il presidente dell'associazione. Cautela anche sul 2024. **Flavia Iride**

**L**ifestyle italiano, ibridizzazione e prodotto alto di gamma sono i tre focus del panel *Il modello dell'Italian lifestyle* andato in scena al **MFGS-Milano fashion global summit 2023** che ha visto protagonista il presidente di **Altagamma** e amministratore delegato di **Ferrari Trento, Matteo Lunelli**. «Altagamma è antesignana di questa ibridizzazione di cui tanto si parla perché l'Italia sa essere leader in diversi settori che ad oggi sono sempre più contaminati tra di loro», ha raccontato Lunelli durante il suo intervento. «Non è un caso che ci sono marchi moda che sono arrivati nell'hôtellerie con format di successo internazionali perché sono realtà che raccontano lo stile di vita italiano», ha proseguito il presidente. «Il lifestyle italiano



è il gusto per il bello e il buono. La capacità di godere delle bellezze della vita che tutto il mondo ci invidia e che è alla base delle eccellenze Made in Italy». Un lifestyle che l'associazione studia attraverso il suo Osservatorio privilegiato da cui vengono di volta in volta estratti dei dati volti a of-

fruire una dettagliata panoramica di settore. In attesa del prossimo report di **Osservatorio Altagamma** in collaborazione con **Bain&company** che sarà diffuso nei prossimi giorni, Lunelli si è posto all'interno della prospettiva corale che vede un 2024 difficile con performance a rilento per molti

settori del lusso. «Dopo la pandemia il settore del lusso ha avuto performance estremamente positive ma adesso l'incertezza della situazione socio-economica ci porta ad abbassare l'outlook passando da una stima di crescita double digit a una crescita al 2023 compresa tra il 5-8%. Mentre resta invariato, anzi in continua espansione, il settore dell'iper-lusso trainato soprattutto da beni come yacht e alta gioielleria», ha spiegato ancora Lunelli. In questo panorama incerto, il presidente vede nella promozione del turismo un'arma vincente. «Con Altagamma sosteniamo lo sviluppo economico del nostro Paese. Abbiamo chiesto al governo di sostenere il settore dell'ospitalità, siamo stati ad Hainan in Cina per raccontare il nostro territorio, abbiamo inoltre avviato

diverse iniziative per fare network con i mercati esteri come l'Altagamma club Tokyo per mettere in rete i manager basati su questi territori con le nostre realtà». Giunto al suo secondo mandato, Matteo Lunelli ribadisce anche l'importanza della sostenibilità soprattutto nel lusso. «All'alto di gamma è chiesto di essere sostenibile perché l'eccellenza è richiesta a 360°. Crediamo nella necessità di lavorare in armonia con l'ambiente, le comunità e promuovere il talento delle persone perché oggi il lusso non è più status symbol ma esperienza valoriale», ha concluso il presidente che, tra le altre iniziative, ricorda anche la nuova carta dei valori del 2022 che illustra gli impegni Esg e i valori identitari a cui sono allineate le aziende socie. (riproduzione riservata)

2ª EDIZIONE

VENICE SUSTAINABLE FASHION FORUM

26 e 27 OTTOBRE 2023

VENEZIA, FONDAZIONE GIORGIO CINI

## BOOSTING TRANSITION



CON IL CONTRIBUTO DI



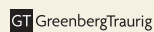
EVENTO COLLATERALE



MEDIA PARTNER



DIAMOND PARTNERS



PLATINUM PARTNERS



PARTNERS



eventi.ambrosetti.eu/venicefashion2023/

VENICE  
SUSTAINABLE  
fashion

