

Fashion & Formazione

La nuova crisi è 2.0: un momento di empasse sui generis che colpirà il lusso in maniera minima

La ripresa di queste settimane del gran circo della moda è caratterizzata, perlomeno nel nostro paese ma non solo, da molta incertezza e timori, dalla paura di una nuova crisi, dopo quella che ci ha toccati nella seconda metà del 2008. Si tratta però di una crisi che impatterà meno il nostro settore, rispetto a quella recente, una crisi che si può definire 2.0 per diverse ragioni. Intanto, purtroppo, essere in crisi non ci stupisce più. Ci siamo assolutamente abituati alla ciclicità ravvicinata (2001, 2008, ora 2011) e abbiamo capito che, crisi o non crisi, il sistema moda internazionale va avanti e chi lavora bene viene comunque premiato dal mercato. Per quanto riguarda la moda e il lusso, infatti, in questi ultimi anni è stata fatta una selezione naturale, darwiniana direi, di progetti instabili e di cattivi manager, mentre i progetti solidi, con fondamentali finanziari e di prodotto sani, vanno avanti, con crescita soddisfacenti, grazie soprattutto ai buoni manager che li gestiscono anche in tempo di crisi. Il fashion system ha capito, soprattutto dal 2008 a oggi, che bisogna più che mai guardare e puntare agli emerging markets. La cara vecchia Europa in termini di consumi pesa relativamente sempre meno e questo ha costretto il comparto a guardare oltre, a spostare l'asse degli investimenti su mercati sempre nuovi, come il Brasile, cui tutti guardano oggi con interesse. È indubbio, infatti, che a livello globale il target dei consumatori che possono permettersi di acquistare prodotti di fascia alta si sta allargando, nonostante la crisi: si tratta di scovarli, questi consumatori, anche in periodo di crisi. Il messaggio, insomma, è che questa nuova crisi 2.0, sulle cui dimensioni c'è molta incertezza (ascoltando manager e addetti ai lavori si alternano previsioni catastrofiche e altre molto più blande), avrà comunque un impatto più limitato sul nostro settore. Le aziende si sono corazzate, hanno imparato a muoversi con più velocità ed efficacia, anche grazie alle crisi precedenti, e sono certo che quelle che hanno alla testa un management solido e motivato sapranno affrontare con successo anche questo nuovo momento di turbolenza. (riproduzione riservata)

Roberto D'Incau

Managing Partner, Lang&Partners International HR consulting