

Bain & Company: Vânzarile de produse de lux vor înregistra în 2020 cea mai mare scadere din istorie

Vânzarile de produse personale de lux (marochinarie, moda, orologerie, bijuterii, parfumuri si cosmetice) vor scadea cu 23% în acest an, pâna la 217 miliarde de euro, din cauza pandemiei de coronavirus, acesta fiind primul declin de dupa 2009 si totodata cea mai mare scadere înregistrata vreodata, a anunatat miercuri firma de consultanta Bain & Company, transmite Reuters.

Declinul preconizat de Bain, care vine în pofida unei reveniri puternice a vânzarilor de produse de lux în China, este în zona inferioara a intervalului cuprins între 20% si 35%, prognozat de aceeași firma de consultanta în luna mai a acestui an. Acest lucru se datoreaza unei reveniri peste asteptari a vânzarilor de produse de lux în cursul verii, când masurile de izolare au fost ridicate în întreaga lume iar magazinele care comercializeaza posete, haine, bijuterii si ceasuri de lux au fost redeschise. Cu toate acestea, cel de-al doilea val de infectii cu coronavirus care a aparut în Europa si SUA începând din octombrie a condus la noi restrictii si închideri de magazine. În plus, incertitudinea provocata de alegerile prezidentiale din SUA a afectat si ea încrederea consumatorilor.

Singura veste buna pentru producatorii de articole de lux este China, unde vânzarile au crescut cu 45%, pâna la 44 miliarde de euro în acest an. Potrivit analistilor de la Bain, China este pe cale sa devina cea mai mare piata din lume pentru produsele de lux în 2025, pe masura ce consumatorii chinezi înstariti vor calatori mai puțin si vor cheltui mai mult acasa.

"Avem o lume cu doua viteze, în conditiile în care Europa si SUA au fost serios lovite de cel de-al doilea val al pandemiei precum si de incertitudinea sociala si politica, în timp ce China accelereaza fara întrerupere", sustine Federica Levato, partener la Bain.

Potrivit firmei de consultanta, criza coronavirusului a accelerat trei tendinte, în conditiile în care achizitiile online de produse de lux s-au dublat, de la 12% în 2019 la 23% în 2020, iar comertul electronic urmeaza sa devina canalul principal pentru cheltuieli globale cu produse de lux în 2025. De asemenea, limitarea calatoriilor internationale i-a facut pe oameni sa cumpere mai mult din tarile lor de resedinta, iar cumparatorii nascuti începând din 1981, Generatia Z, sunt responsabili în prezent pentru aproape 60% din achizitiile totale de produse de lux.

Bain & Company se asteapta ca piata globala a produselor de lux sa revina la nivelul din 2019 abia la finele lui 2022 sau începutul lui 2013, gratie cresterii vânzarilor digitale si evolutiilor solide din China.