PICTET
Asset Management

Il mercato dei beni di lusso è destinato a beneficiare della domanda repressa cinese

A cura di **Sabrina Jacobs, Senior Client Portfolio Manager** e **Sabrina Khanniche, Senior Economist di Pictet Asset Management**

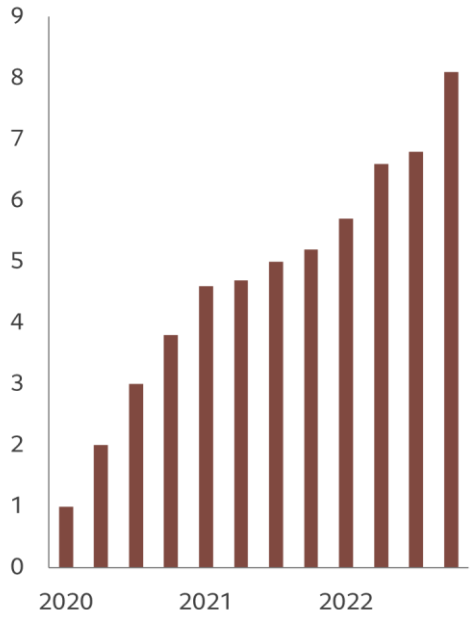
08.03.2023

- ***I consumatori cinesi stanno iniziando a interessarsi a prodotti e servizi di nicchia nell'ambito degli sport e della formazione, oltre a spostare l'attenzione in misura crescente verso i marchi premium nazionali. I principali premium brands prevedono ancora che entro il 2025 la Cina sarà il principale mercato mondiale del lusso***
- ***L'abbandono della politica "zero COVID" e l'introduzione da parte del governo di misure a sostegno del mercato immobiliare interno mettono la Cina nella condizione di sovraperformare nel prossimo anno: gli strategist di Pictet Asset Management prevedono che in quel periodo la performance cinese supererà quella delle economie sviluppate***
- ***Sembra che tra i consumatori cinesi si stia verificando un mutamento dei modelli di consumo: si osserva infatti uno spostamento della domanda dai beni di lusso appariscenti alle esperienze di alta qualità***

La decisione di Pechino di abbandonare la sua draconiana politica "zero COVID" e di promuovere invece la crescita è una manna per i produttori di beni di lusso. Sebbene questi abbiano resistito discretamente bene alle recenti turbolenze in Cina, il cambio di politica del governo dovrebbe sbloccare una domanda tenuta a lungo repressa.
Il segmento più alto del mercato del lusso cinese è stato resiliente per tutto questo periodo, ma anche in quei comparti in cui la domanda è stata limitata all'interno del Paese, i cittadini più facoltosi hanno continuato ad acquistare gli stessi beni all'estero, il che ha aiutato molti marchi a sostenere le loro vendite globali. Allo stesso tempo, il Premium Brands Advisory Board di Pictet ci dice che i consumatori cinesi stanno iniziando a interessarsi a prodotti e servizi di nicchia nell'ambito degli sport e della formazione (ad esempio, dai kayak alle lezioni di pittura), oltre a spostare l'attenzione in misura crescente verso i marchi premium

nazionali. I principali premium brands prevedono ancora che entro il 2025 la Cina sarà il principale mercato mondiale del lusso[1].

Fig. 1 - Potenza di fuoco
Risparmi cinesi in eccesso come % del reddito disponibile*



*Totale risparmi in eccesso vs trend a 6 anni. Fonte: Pictet Asset Management, CEIC, Refinitiv. Dati relativi al periodo dal 01/01/2020 al 31/12/2022.

Il breve termine resta certamente una sfida: l'Advisory Board mette in guardia su come una combinazione di politiche poco ospitali, impedimenti economici residui e mutamento dei gusti dei consumatori siano controproducenti per i produttori di beni di lusso. Lo dimostra il fatto che, mentre il mercato cinese dei beni per la persona ha registrato nel 2021 una crescita del 36% rispetto all'anno precedente[2], il 2022 è stato decisamente meno favorevole.
Durante l'ultimo Congresso del Partito Comunista, il presidente Xi Jinping ha rafforzato la propria spinta verso un sempre maggiore controllo statale, minacciando ulteriormente il dinamico settore privato cinese. Allo stesso tempo, la politica "zero COVID" di Xi ha avuto un pesante impatto sull'economia, colpendo oltre la metà delle regioni del Paese e provocando una forte riduzione degli spostamenti, sia domestici che verso l'estero. La domanda è stata ulteriormente penalizzata dalla crisi del settore immobiliare (in Cina gli immobili rappresentano circa il 70% della ricchezza delle famiglie). A questo si aggiungono gli effetti significativi della massiccia campagna di regolamentazione in alcuni

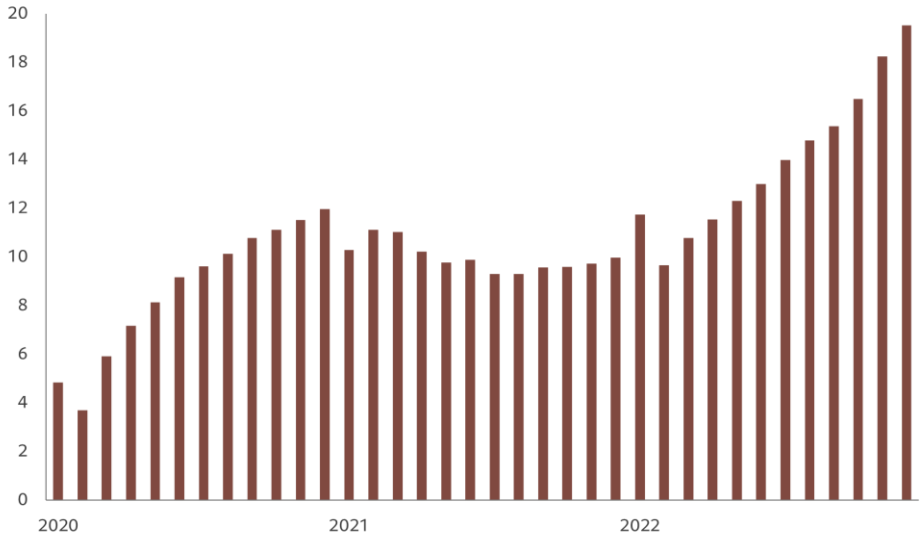
[1] https://www.scmp.com/lifestyle/fashion-beauty/article/3164527/china-be-biggest-luxury-market-2025-say-consultants-after?module=inline&pgtype=article
[2] https://www.assemblyglobal.com/reports/china-luxe-report-2022

settori, quali istruzione privata e commercio via internet, che ha spinto grandi aziende a tagliare i posti di lavoro. Più in generale, la disoccupazione giovanile è salita al 20%.

Liberare la domanda repressa

Tuttavia, l'abbandono della politica "zero COVID" e l'introduzione da parte del governo di misure a sostegno del mercato immobiliare mettono la Cina nella condizione di sovraperformare nel prossimo anno: gli strategist di Pictet Asset Management prevedono che in quel periodo la performance cinese supererà quella delle economie sviluppate. I nostri economisti stimano che, a fine 2022, il totale dei risparmi cinesi in eccesso rappresentasse circa l'8,1% del reddito disponibile e quello delle famiglie quasi il 20% del PIL (si vedano le Fig. 1 e 2).
Tutto ciò dovrebbe contribuire a sostenere il consumo al dettaglio cinese e, di conseguenza, la spesa per beni di lusso. Gli esperti ritengono ancora che entro il 2025 la Cina diventerà il principale mercato mondiale per i beni di lusso. Di per sé, il semplice allentamento della politica "zero COVID", o i segnali indicanti che la pandemia non è più un'emergenza sanitaria, potrebbero liberare una parte della domanda repressa e far crescere anche del 10% il fatturato globale del settore. La domanda interesserà in particolare i marchi del lusso cinesi più radicati nella cultura locale (come la medicina tradizionale e l'artigianato) che potrebbero inoltre ricevere un sostegno da Pechino[3].

Fig. 2 - Liquidità disponibile
Depositi in eccesso delle famiglie cinesi, % del PIL*



*Depositi in eccesso vs trend a 6 anni. Fonte: Pictet Asset Management, CEIC, Refinitiv. Dati relativi al periodo dal 01/01/2020 al 31/12/2022.

[3] https://daxueconsulting.com/chinese-luxury-brands-report/

Più in generale, sembra che tra i consumatori cinesi si stia verificando un mutamento dei modelli di consumo. Si osserva infatti uno spostamento della domanda dai beni di lusso appariscenti alle esperienze di alta qualità. Invece di comprare l'ennesima borsa griffata o l'ennesimo orologio di lusso, i consumatori di fascia alta investono nell'istruzione, nei servizi sanitari, in hobby raffinati come la pittura o lo studio di uno strumento musicale o nello sport d'élite. Anche il governo, da parte sua, incoraggia i cittadini a intraprendere una più ampia varietà di sport, il che ha già iniziato a favorire i marchi specializzati. Particolarmente popolare è diventato lo yoga.
Nel complesso, per le aziende di beni di lusso che vendono sul mercato cinese, il bicchiere resta mezzo pieno. Alcuni dei marchi di fascia molto alta hanno visto aumentare le vendite persino nell'estremamente complesso terzo trimestre del 2022. L'appetito cinese per i beni di lusso continuerà. Anche se sembra improbabile che si ripeta il boom generalizzato dell'ultimo decennio, il quadro continua ad apparire sempre più luminoso sia per i top brand che per i fornitori di beni e servizi di nicchia.

Le informazioni, opinioni e stime contenute nel presente documento riflettono un'opinione espressa alla data originale di pubblicazione e sono soggette a rischi e incertezze che potrebbero far sì che i risultati reali differiscano in maniera sostanziale da quelli qui presentati.

Il Gruppo Pictet
Fondato a Ginevra nel 1805, il Gruppo Pictet è uno dei principali gestori patrimoniali e del risparmio indipendenti in Europa. Con un patrimonio gestito e amministrato che ammonta a circa 620 miliardi di euro al 31 dicembre 2022, il Gruppo è controllato e gestito da otto soci e mantiene gli stessi principi di titolarità e successione in essere fin dalla fondazione. Il Gruppo Pictet, con oltre 5.300 dipendenti, ha il suo quartier generale a Ginevra e altre sedi nei seguenti centri finanziari: Amsterdam, Barcellona, Basilea, Bruxelles, Dubai, Francoforte, Hong Kong, Londra, Losanna, Lussemburgo, Madrid, Milano, Montreal, Monaco di Baviera, Nassau, New York, Osaka, Parigi, Principato di Monaco, Roma, Shanghai, Singapore, Stoccarda, Taipei, Tel Aviv, Tokyo, Torino, Verona e Zurigo. Pictet Asset Management ("Pictet AM") comprende tutte le controllate e le divisioni del Gruppo Pictet che svolgono attività di asset management e gestione fondi istituzionali. Fra i principali clienti si annoverano alcuni dei maggiori fondi pensione, fondi sovrani e istituti finanziari a livello mondiale.

Contatti Stampa:
BC Communication
Federica Guerrini | Tel. +39 340 750 0862 | federica.guerrini@bc-communication.it
Giovanni Prati | Tel. +39 351 5293362 | giovanni.prati@bc-communication.it
Lucrezia Pisani | Tel. +39 347 6732479 | lucrezia.pisani@bc-communication.it