

▶ INVESTIMENTI

LA CHAT

«La rivoluzione dei marchi di lusso passa da digitale e blockchain»

La pandemia ha posto serie sfide al settore del lusso. Come si sono adeguati i grandi gruppi?

«Anche il lusso ha affrontato sfide senza precedenti che vanno dalla ridotta mobilità e al suo impatto su un settore legato a un modello di retail tradizionale alla necessità di adattarsi ai cambiamenti in tempo reale nell'adozione dell'e-commerce da parte dei consumatori attraverso attività innovative per attrarre nuova clientela».

Quindi il settore del lusso sta andando verso una rivoluzione?

«La trasformazione in corso potrà avere effetti estremamente importanti creando un mondo virtuale per i marchi del lusso. In questo nuovo mondo, i marchi non si limiterebbero a commercializzare i loro prodotti, ma comunicherebbero anche l'identità del brand, promuovendo la fedeltà al marchio attraverso la partecipazione nella blockchain. Questo fenomeno verrà trainato dalla Generazione Z o dai Millennials che entro il 2025 potrebbero rappresentare il 45% dell'intera spesa nel lusso».

Quali le principali opportunità di investimento?

«Si va delineando una tendenza verso un futuro ibrido, tra fisico e digitale. Diversi marchi storici stanno testando il digitale, mentre le start up procedono a tutto gas. La strada verso il futuro potrebbe emergere da un approccio collaborativo, per esempio con la progettazione della prima blockchain del lusso globale da parte di Lvmh, Prada e Cartier, di proprietà di Richemont. In meno di dieci anni potremmo assistere alla nascita del primo gruppo del lusso solamente digitale».



Chat con **Swetha Ramachandran**
gestore del fondo Gam luxury brands equity di Gam

