

București, 5 iunie 2019

## **În contextul unei recesiuni economice globale, articolele de lux continuă să aibă o performanță ridicată, însă se confruntă cu noi provocări**

**Produsele contrafăcute, comerțul electronic, importanța consumatorilor din China - chiar dacă este relativ cruțată de recesiuni, piața articolelor de lux trebuie să se adapteze unei economii aflată în schimbare radicală, dacă nu vrea să își piardă statutul excepțional.**

În ciuda presupusei rarități, sunt peste tot! Produsele de lux, de la șampanie la ceasuri, mașini, bijuterii, articole haute couture și produse cosmetice, sunt etalate ostentativ în magazine, pe ecrane și în spații publice, iar această omniprezență reflectă o sănătate economică care este uneori considerată insolentă în fața recesiunilor din alte industrii. Mult timp, piața articolelor de lux părea a fi o excepție neafectată de recesiune. Cu toate acestea, lucrurile nu sunt atât de simple.

### **O piață cu particularități puternice, însă egalizatoare**

Articolele de lux sunt caracterizate în mod tradițional de produse de înaltă calitate, la un preț ridicat pentru "puținii aleși" care doresc să își etaleze statutul social. Cultivând raritate și excepționalitate, se adresează populației care se presupune că poate face față recesiunilor economice globale. Însă acest peisaj se schimbă cu o nouă populație, care vrea să își etaleze succesul.

În 2018, piața articolelor de lux a crescut cu 5% (la 1,2 trilioane de euro), datorită consumului accelerat din China, cu o clasă de mijloc în creștere: consumatorii din China acoperă în prezent 33% din achizițiile globale de articole de lux și se așteaptă să atingă 46% din piața globală de articole de lux, reprezentând atât o oportunitate, cât și o amenințare pentru industria articolelor de lux care va fi din ce în ce mai expusă incertitudinilor economice ale acestei clase de mijloc care este mai vulnerabilă la posibile pierderi ale puterii de cumpărare.

### **Produsele contrafăcute și comerțul electronic, între riscuri și oportunități**

Piața articolelor de lux se confruntă și cu alte amenințări, cum este falsificarea. Piața este estimată să atingă 1,8 trilioane USD în 2020, produsele contrafăcute provocând prejudicii de imagine și prejudicii financiare mărcilor vizate. Bazându-se pe aceeași dorință de recunoaștere socială, achiziția articolelor de lux contrafăcute afectează atât dezirabilitatea mărcii, cât și încrederea cumpărătorilor. De exemplu, un studiu din Marea Britanie a arătat că 66% dintre consumatorii care au achiziționat un produs contrafăcut în necunoștință, nu au mai avut încredere în marca respectivă și 44% dintre ei au încetat să mai cumpere produse ale mărcii respective, de frica contrafacerii. Pe de altă parte, unele bunuri contrafăcute sporesc reputația mărcii originale, din dorința de a deține un articol original al mărcii.

Comerțul electronic are și el un impact considerabil asupra industriei articolelor de lux. Deși a reprezentat doar 10% din vânzările din 2018, se așteaptă să crească la 25% în 2025. Cu toate acestea, multe mărci rezistă comerțului electronic, de frica contrafacerii pe de o parte (dacă se cunoaște faptul că marca nu vinde online, cumpărătorul are mai puține șanse să fie înșelat) însă mai presus de toate, pentru a menține legătura unică cu clientul, prin achiziția directă în magazine, un element cheie al loialității și diferențierii.



## P R E S S R E L E A S E

Prin urmare, sănătatea pieței articolelor de lux este strâns legată de diverși factori globali și nu este complet deconectată de restul economiei. Prognozele sunt optimiste, în ciuda recesiunii economice globale așteptate (COFACE estimează o activitate economică globală de 2,9% în 2019 față de 3,2% în 2018). Activitatea economică din China, comerțul electronic și produsele contrafăcute din China reprezintă riscuri care pot afecta negativ piața articolelor de lux, dar care în același timp, pot crea oportunități. Rămâne la latitudinea mărcilor de lux să rămână vigilenți în menținerea specificității lor, ținând cont de evoluția mediului în care activează.

### **MEDIA CONTACT**

Andreea Bucur – T: 0374 670 720 – [andreea.bucur@coface.com](mailto:andreea.bucur@coface.com)

#### **Coface: for trade - Creștem afaceri împreună**

70 de ani de experiență și cea mai rafinată rețea au transformat Coface într-o referință în domeniul asigurărilor de credit, a gestionării riscurilor și a economiei globale. Cu ambiția de a transforma Coface în cel mai agil partener mondial în domeniul asigurărilor de credite comerciale, experții lucrează în centrul economiei mondiale, sprijinind 50.000 de clienți să construiască afaceri de succes, în creștere și dinamice. Serviciile și soluțiile Grupului protejează și ajută companiile să ia decizii de creditare pentru îmbunătățirea capacității de a vinde atât pe piețele interne, cât și pe piețele de export. În 2017, Coface are aproximativ 4.100 de angajați în 100 de țări și înregistrează o cifră de afaceri de 1,4 MLD EUR.

[www.coface.com](http://www.coface.com)

COFACE SA. este listat Euronext Paris – Compartiment A  
ISIN: FR0010667147 / Ticker: COFA

