



Sostenibilità e Lusso

Un Rapporto Complicato

6 novembre 2019

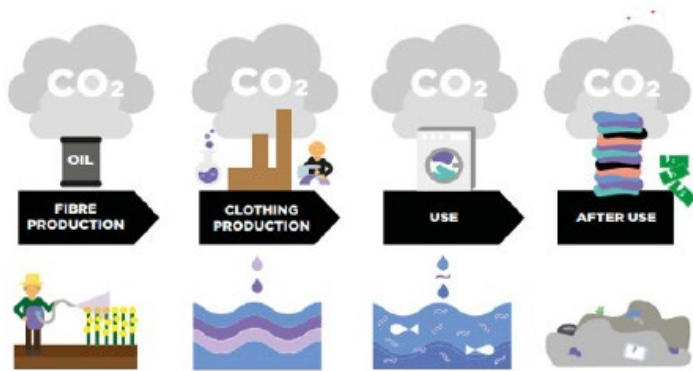


Perché preoccuparsene?

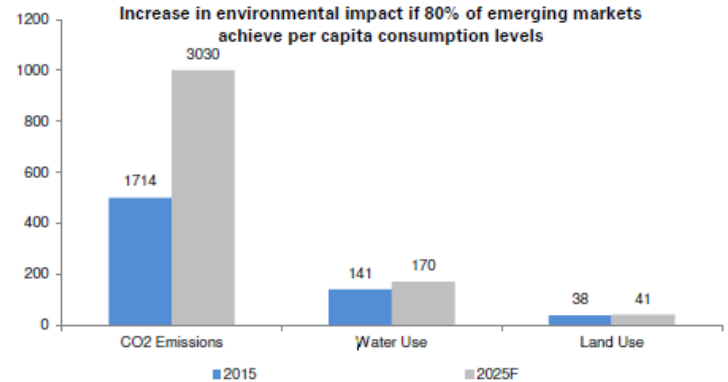


Il sistema moda non è ancora sostenibile in termini di utilizzo delle risorse, impatto ambientale ed esternalità

L'aumento dei consumi nei mercati emergenti potrebbe ulteriormente accrescere il costo ambientale paribus



Source: Deutsche Bank, Ellen McArthur Foundation



“We will not let you get away with this. Right here, right now is where we draw the line. The world is waking up. And change is coming, whether you like it or not.”

Greta Thunberg

Le pressioni dei media



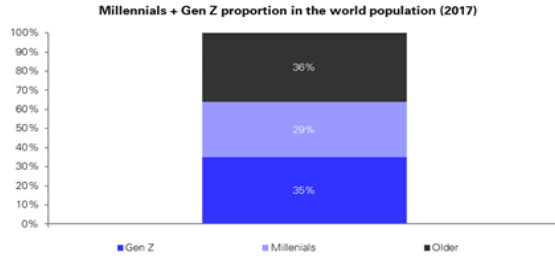
- I business non sostenibili sono oggi sempre più osteggiati dai media e dall'opinione pubblica
- Enorme quantità di scarti
- Consumo eccessivo
- Una delle industrie maggiormente inquinanti ... etc

Source: *Rapporto Bruntland 1987*

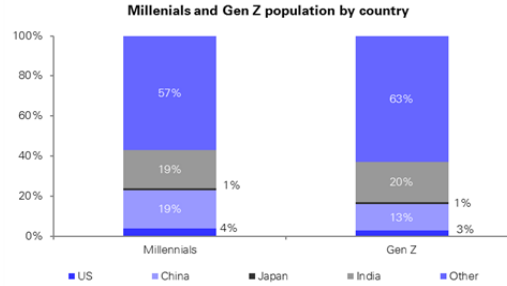


Greta è un'adolescente – Gen. Z alla riscossa

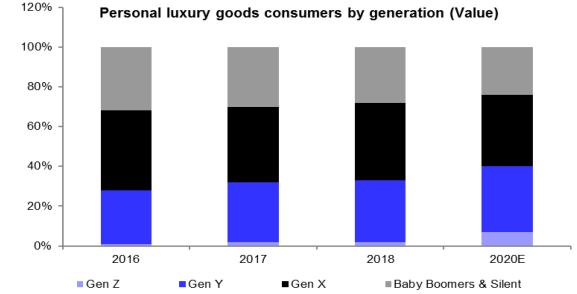
Millennials + Gen. Z pari al 64% della popolazione mondiale nel 2017



Source: Deutsche Bank



% spesa lusso per generazione



**Cambiamento
irreversibile**

**L'opportunità
commerciale sta
risvegliando le aziende**

**Idealismo, certo, ma
soprattutto pilastro del brand
equity**

Leaders e followers

La sostenibilità: ormai imprescindibile



- La sostenibilità è il soddisfacimento delle esigenze presenti senza compromettere la possibilità delle future generazioni di sopperire alle proprie
- In poche parole un modello di sviluppo compatibile con l'ambiente e la giustizia sociale

Source: Rapporto Bruntland 1987

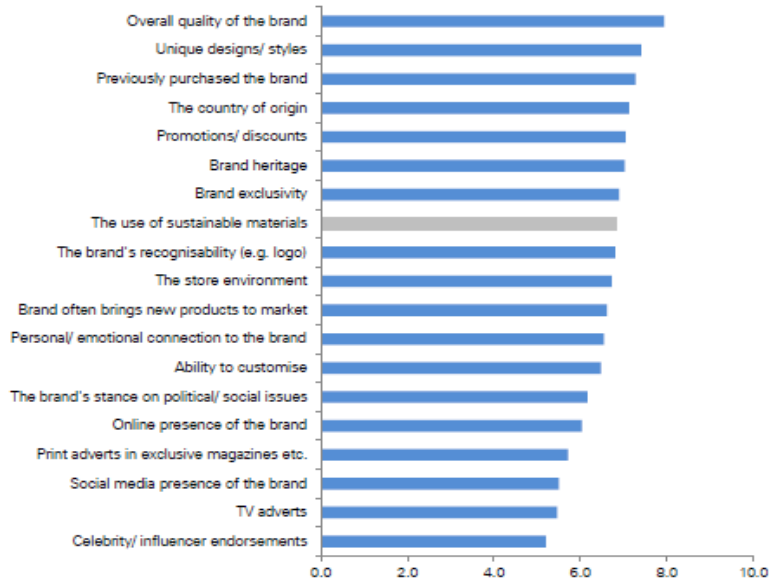
Lusso responsabile ↔ consumatore responsabile



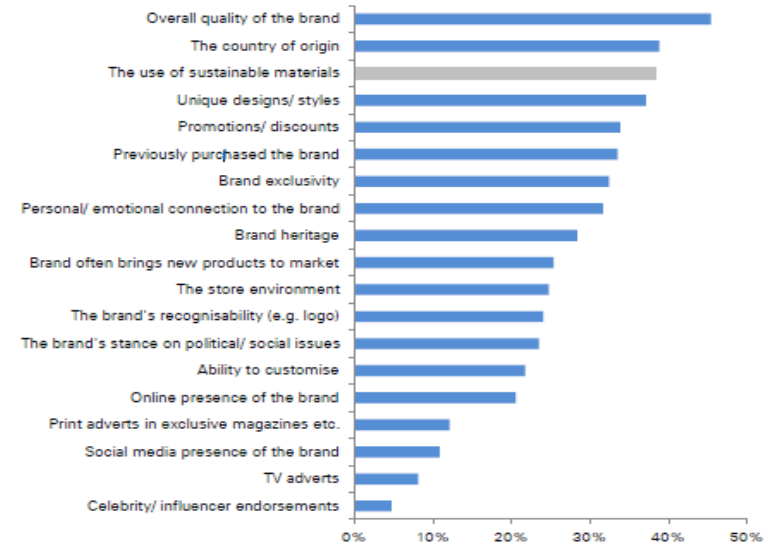
La sostenibilità a metà del ranking tra i criteri di acquisto...

..ma ha registrato una delle progressioni maggiori

Factors driving luxury spend



Change in the net importance of factors influencing luxury spending decisions over last 12 months



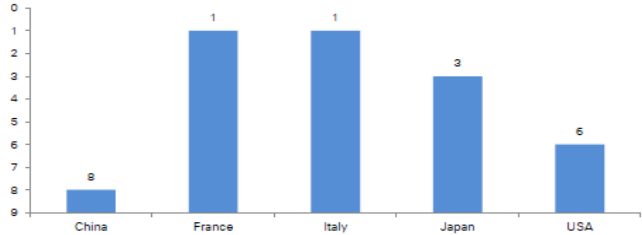
Source: dbDIG primary research



Un processo irreversibile

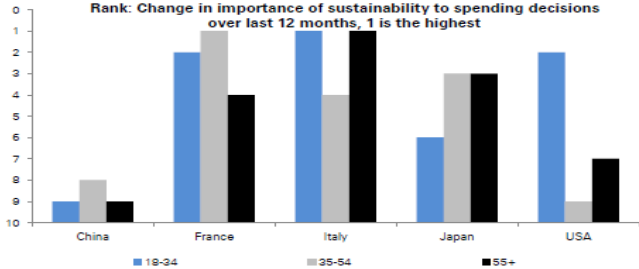
... ha acquisito la massima importanza in Francia e in Italia...

Rank: Change in importance of sustainability to spending decisions over last 12 months, 1 is the highest



...non solo tra i millennials, ma anche Gen X in alcuni paesi

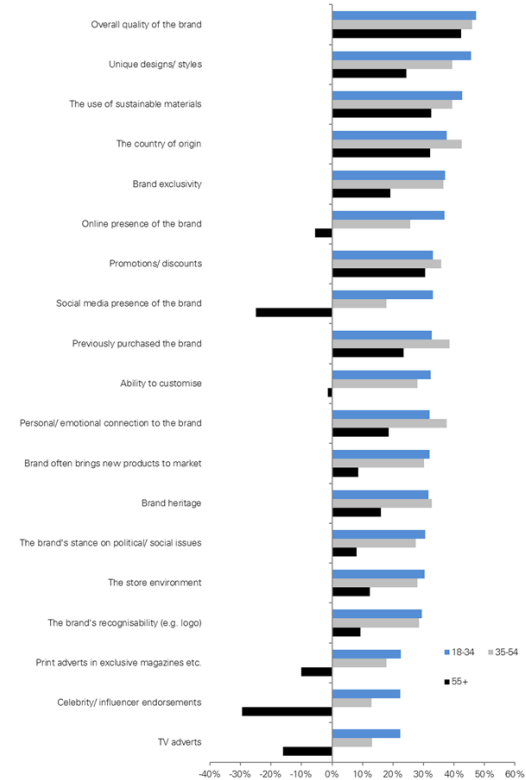
Rank: Change in importance of sustainability to spending decisions over last 12 months, 1 is the highest



Source: dbDIG primary research

Deutsche Bank

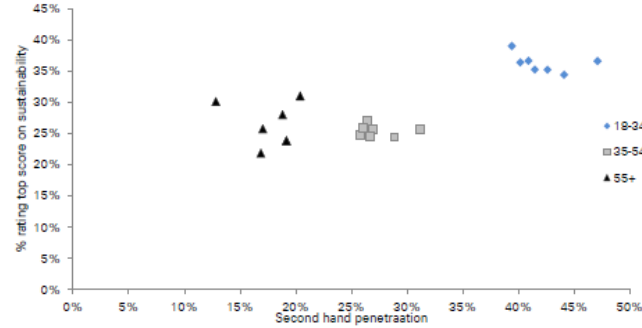
Change in net importance over the last 12 months, %



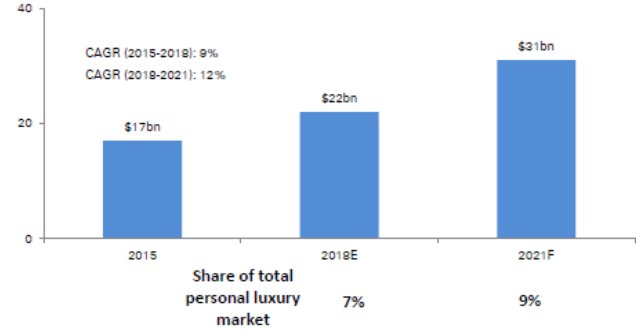


Sostenibilità motore di nuovi modelli di business ...

I consumatori sensibili alla sostenibilità sono più propensi all'acquisto di prodotti usati...



Il mercato dell'usato vale \$22bn



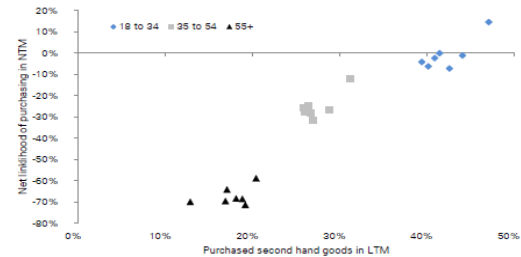
Il mercato dell'usato è particolarmente esposto all'online

Share of 2018 global personal luxury goods secondhand market



Source: dbDIG primary research

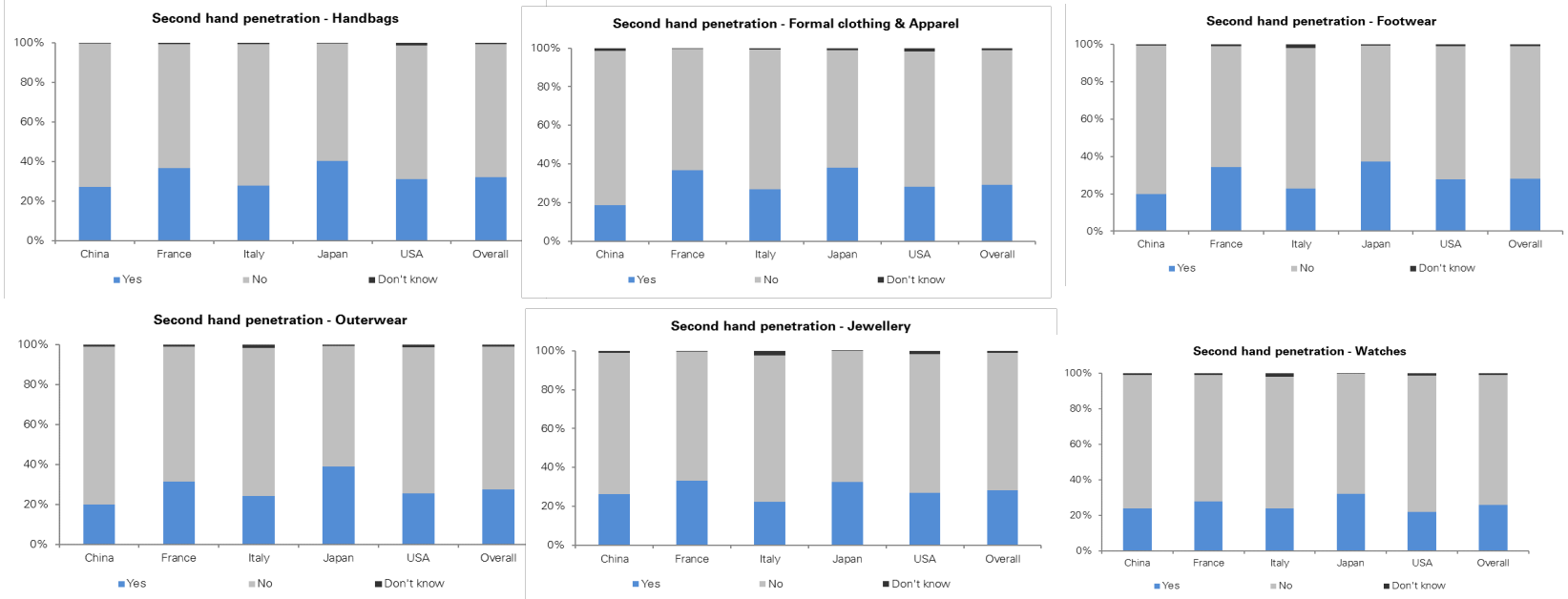
I Millennials sono più propensi ad acquistare prodotti usati



...e quindi dell'economia circolare...



Il mercato dell'usato è più sviluppato in Francia e Italia tra tutte le categorie di prodotto

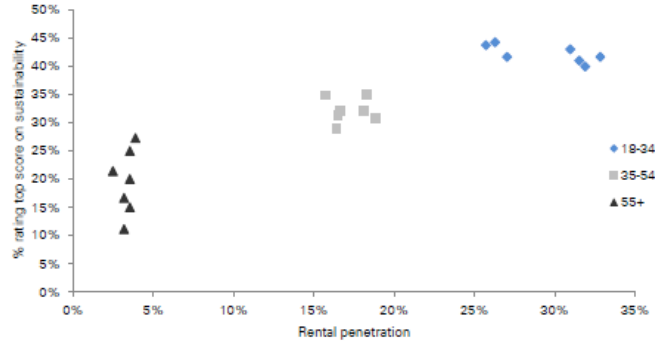


Source: dbDIG primary research

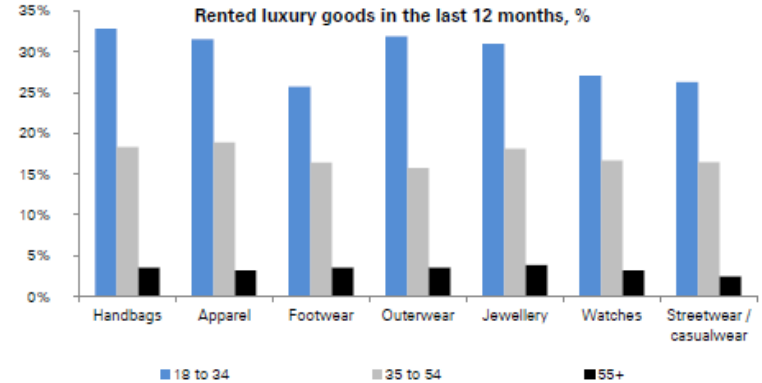


...incluso il mercato del noleggio, ancora piccolo...(1/2)

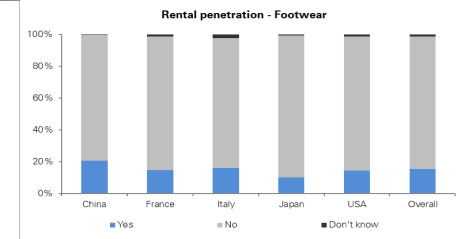
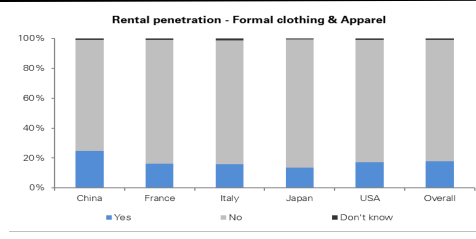
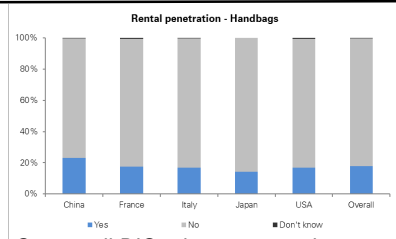
L'attenzione alla sostenibilità sta supportando la crescita del noleggio



L'attenzione alla sostenibilità sta supportando la crescita del noleggio in particolar modo tra I millennials



Il mercato del noleggio è sviluppato principalmente in Cina, in tutte le categorie ma soprattutto abbigliamento e gioielli

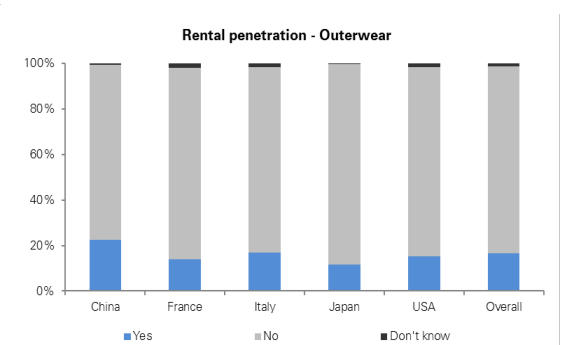
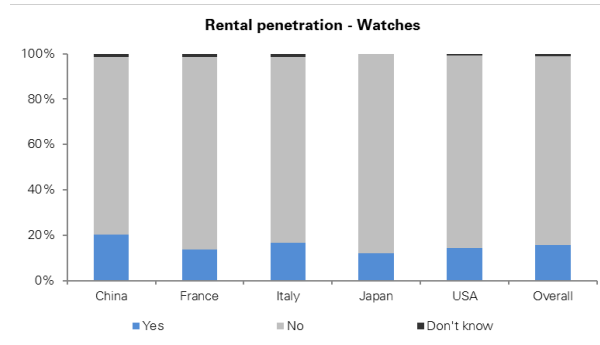
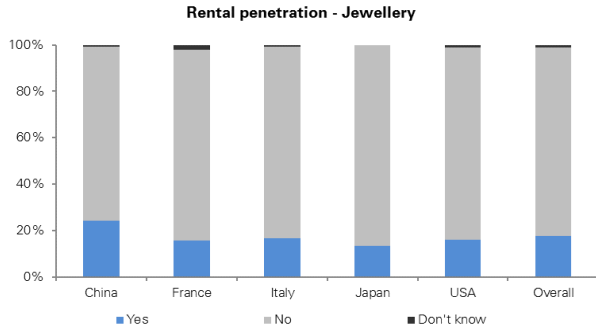


Source: dbDIG primary research

...incluso il mercato del noleggio, ancora piccolo...(2/2)



Il mercato del noleggio è sviluppato principalmente in Cina, in tutte le categorie ma soprattutto abbigliamento e gioielli

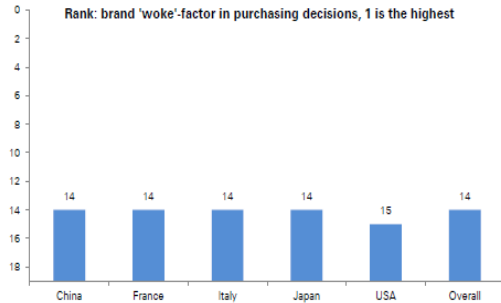


Source: dbDIG primary research

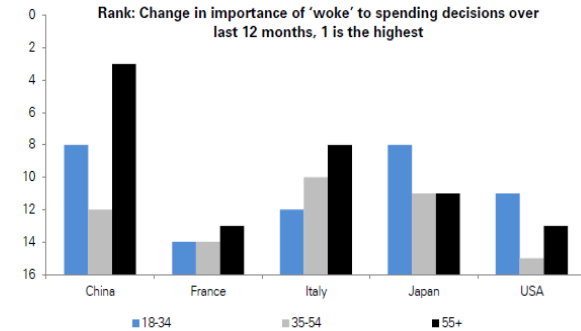
Woke: temi sociali ed etici parte dell'equazione



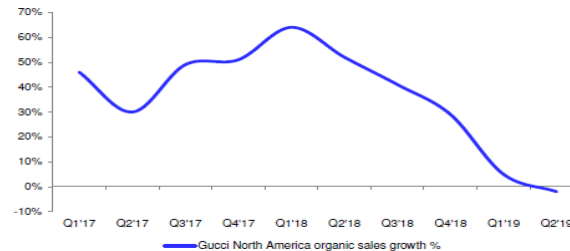
Getting woke è solo 14° tra i criteri di acquisto



Nessuna tendenza visibile nei dati, ad eccezione della Cina



Un atteggiamento poco sensibile può avere conseguenze importanti



Source: dbDIG primary research

Dalle parole ai fatti...



Non solo marketing

...

Due diligence sui fornitori

Occupazione illegale: out

Produrre meno per consumare meno

Prodotti chimici: out

Prodotti naturali: in

Remunerazione più equa: in

**Riutilizzo, non eliminazione, delle
rimanenze e degli scarti**

Consumare meno per produrre meno

A piccoli passi...



**8 aziende su 13 ora
pubblicano il report di
sostenibilità**

*LVMH e' partner di Stella
McCartney*

**Il Carbon Fund di LVMH ha
implementato 112 progetti
nel 2018**

DON'T BUY THIS JACKET - Patagonia

*Ferragamo installa sistemi
fotovoltaici e pannelli solari in
Italia*

**Prada «fur free» entro la
SS20**

DJ World Sustainability Index *

**Burberry: punta alla carbon
neutrality sulle operations
entro il 2022**

**Il 100% del consumo elettrico di
Moncler in Italia deriva da fonti
rinnovabili**

Fashion Pacts

**Tiffany lancia la Diamond
Source Initiative**

** Solo quattro società luxury: Kering,
Moncler, Hugo Boss, Burberry*

Disclaimer



Messaggio pubblicitario con finalità promozionali. Il presente documento è stato redatto esclusivamente a scopo informativo. Le analisi sono basate sull'universo delle società quotate coperte dall'equity research di Deutsche Bank alla data della presentazione. In particolare il presente documento non costituisce in alcun modo consulenza in materia di investimenti o ricerca in materia di investimenti e non è collegato con, e non costituisce la base di, qualunque contratto o impegno; lo stesso è stato predisposto senza considerare gli obiettivi di investimento, la situazione finanziaria o le competenze di specifici investitori. Le informazioni contenute nel presente documento si basano su fonti ritenute attendibili. Tuttavia Deutsche Bank e le sue società controllanti, controllate e collegate, nonché i suoi amministratori, collaboratori e/o dipendenti, non assumono alcuna responsabilità in relazione al presente documento né relativamente alle informazioni in esso contenute e non accettano alcuna responsabilità per eventuali errori od omissioni né potranno considerarsi responsabili per le eventuali perdite o danni di qualsivoglia natura che dovessero derivare dal fatto che si sia fatto affidamento su tale documento fatto salvo quanto previsto dalle leggi e regolamenti applicabili. Le analisi e le stime contenute nel presente documento costituiscono valutazioni aggiornate alla data della sua produzione e possono essere soggette a variazioni senza preavviso né comunicazione. La distribuzione di questo documento in altre giurisdizioni, inclusi gli Stati Uniti, può essere soggetta a restrizioni e pertanto le persone alle quali dovesse pervenire tale documento si dovranno informare sull'esistenza di tali restrizioni ed osservarle. Tutte le informazioni contenute nel presente documento sono riservate e non possono essere divulgate a terzi senza il preventivo consenso scritto di Deutsche Bank.