

Studio Lectra / Retviews

Le nuove strategie dei brand luxury di calzature: se le sneakers passano di moda, su cosa si orienteranno i marchi del lusso?

- **Le vendite di sneakers hanno subito un rallentamento a livello globale (-33% nel 2022 vs 2021), ma costituiscono ancora la maggior parte dell'assortimento dei brand di lusso**
- **Il formal wear lascia la propria impronta: mocassini (+12% YoY) e sandali con tacco alto (+25% YoY) sono sempre più diffusi. Lo confermano le strategie di prezzo dei marchi di fascia alta**
- **Il mercato europeo è più economico anche per il footwear maschile**

Milano, 4 aprile 2023 – Le calzature rappresentano un asset fondamentale nella strategia dei marchi, poiché possono contribuire alla costruzione di una vera e propria brand identity. Euromonitor International, a tal proposito, stima che il settore del footwear di lusso genererà 40 miliardi di dollari entro il 2027, con un +29% rispetto al 2022. [Lectra](#), protagonista dell'Industria 4.0 nei settori fashion, automotive e arredamento, grazie ai dati di Retviews conferma e approfondisce questa tendenza.

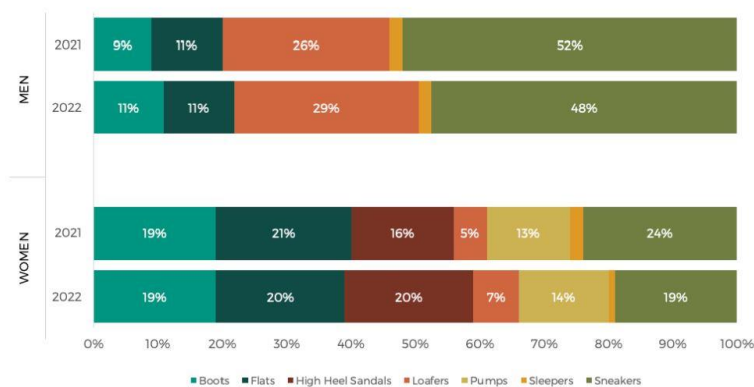
Nello specifico, gli insight in tempo reale di [Retviews di Lectra](#) – soluzione di competitive intelligence e benchmarking automatico, evidenziano che con l'aumento della domanda da parte dei consumatori, i retailer stanno espandendo il proprio assortimento di calzature del +12% su base annua. Tali dati basati sull'intelligenza artificiale permettono ai brand del settore di intercettare e rispondere all'evoluzione delle abitudini di acquisto, così da definire una strategia di go-to-market personalizzata ed efficace per il consolidamento e la crescita del proprio business.

“Considerando le previsioni di crescita del settore footwear, è fondamentale individuare il giusto assortimento di prodotti al giusto prezzo, per non perdere quote di mercato”, commenta Fabio Canali, President Southern Europe & North Africa di Lectra. “Gli insight in tempo reale e basati su IA messi a disposizione da tool come quelli di Retviews possono rivelarsi strategici per i brand, per monitorare i competitor e pianificare un approccio di successo anche su scala internazionale e su mercati in espansione, come quello cinese”.

Sneakers: è la fine di un'era?

Se un tempo le cosiddette “scarpe da ginnastica” dominavano le collezioni dei brand, oggi sembra che il trend vada esaurendosi: ad esempio, le Air Jordan 1 (in passato considerate il Santo Graal del footwear) ora sono vendute a un prezzo inferiore al loro valore commerciale.

I dati di Retviews rivelano che i marchi del lusso stanno riducendo il focus sulle sneakers, i cui nuovi arrivi hanno registrato un -33% tra il 2021 e il 2022. Ma a quali prodotti viene dato allora maggior spazio?



Source: Retviews, the Competitive Intelligence Platform for Fashion Brands and Retailers

Dopo lo stop forzato dovuto alla pandemia, il ritorno degli eventi fuori casa ha dato nuovo slancio alla riscoperta delle calzature formali. Le scarpe col tacco hanno superato le sneakers, con **sandali e décolleté stiletto che rappresentano il 34% dell'assortimento femminile**. In particolare, i sandali con tacco alto sono sempre più presenti nelle collezioni dei brand, tanto che la loro quota nell'assortimento è aumentata del +25% su base annua.

Anche i mocassini, dopo aver fatto la loro comparsa sulle passerelle nel 2021, si confermano come una tendenza consolidata, posizionandosi come le calzature di riferimento sia per l'uomo, sia per la donna. Lo testimoniano **marchi di fascia alta come Gucci, Louis Vuitton, Prada e Ferragamo, che per le collezioni autunno-inverno 2022 hanno aumentato l'assortimento di scarpe preppy del +12% su base annua**.

Strategie di prezzo nel settore luxury: dalle sneakers alle calzature formali

La diffusione dello streetwear ha portato i marchi di lusso a collaborare con brand del settore sport come Adidas e Nike: dalle Air Jordan 1 di Dior alle Adidas Superstar di Prada, fino alle Nike x Jacquemus Air Humara, seppure in calo le sneakers rappresentano ancora la categoria di calzature più forte per il mondo luxury.

I dati in tempo reale di Retviews circa le strategie di pricing mostrano approcci differenti: se retailer come Louis Vuitton mantengono livelli di prezzi anche del 59% più alti rispetto a brand come Celine, allo stesso tempo nel comparto delle sneakers Gucci ha optato per una media di prezzi inferiore rispetto ai competitor (rimanendo sotto la soglia dei 1.000 \$).

Una strategia che potrebbe rispecchiare la preferenza dei consumatori per le calzature più formali. In tale contesto, infatti, è interessante indagare l'approccio di mercato rispetto alla categoria in crescita dei mocassini.

Price Indicators Comparison – US Market

Retviews 2023, Menswear



Source: Retviews, the Competitive Intelligence Platform for Fashion Brands and Retailers

Osservando gli schemi di pricing delle sneakers rispetto ai mocassini da uomo, il prezzo entry-level di Prada per la scarpa preppy supera del 22% quello delle scarpe da tennis. Allo stesso modo, le sneakers Ferragamo

hanno un prezzo medio del 23% inferiore rispetto ai mocassini. E ancora, le décolleté Slingback in pelle spazzolata di Prada hanno visto il loro valore salire del 23% nel corso del 2022.

Tale fenomeno, che vede **aumentare i prezzi per le calzature formali più di tendenza**, potrebbe tornare a rafforzare l'esclusività di quei marchi di lusso che erano riusciti ad ampliare la propria base clienti con prezzi entry-level più bassi, ma continuando al tempo stesso a soddisfare anche i consumatori più esigenti.

La gestione dei prezzi nei mercati internazionali: il caso della Cina

Sebbene **la Cina e il Regno Unito** siano **tra i principali mercati per le calzature di lusso, gli Stati Uniti** hanno visto un forte sviluppo, arrivando a rappresentare **il 40% della quota di mercato**.

I dati di Retviews indicano che **i brand di lusso tendono a mantenere prezzi significativamente più alti in Cina per il comparto footwear maschile**: ad esempio, i prezzi di Louis Vuitton sono quasi il doppio rispetto a quelli del mercato europeo, mentre Bottega Veneta registra un +14%. Strategie che non sorprendono, se si pensa che Louis Vuitton, Prada e Salvatore Ferragamo sono tra i primi 10 marchi di calzature preferiti dai consumatori cinesi ad alto reddito.

Informazioni su Lectra:

Lectra, azienda leader nei mercati del fashion, dell'automotive e dell'arredamento, contribuisce alla rivoluzione dell'Industria 4.0 con audacia e passione fornendo tecnologie best-in-class.

Il gruppo offre soluzioni - software, hardware, dati e servizi - che facilitano la trasformazione digitale delle aziende. In questo modo, Lectra aiuta i clienti a superare i propri limiti e sbloccare il loro potenziale. Il gruppo è orgoglioso di affermare che i suoi 2.500 dipendenti sono guidati da tre valori fondamentali: open mind, affidabilità e passione per l'innovazione.

Fondata nel 1973, Lectra ha registrato nel 2022 ricavi per 522 milioni di Euro. È quotata presso Euronext Paris.

Per maggiori informazioni, si prega di visitare il sito web [lectra.com](https://www.lectra.com).

Seguite Lectra sui social network:



Per maggiori informazioni:

Hotwire Public Relations Italy

+39 02 3664 3650

Email: lectrait@hotwireglobal.com