abr | Abrael associação brasileira das empresas de Luxo

07 de maio de 2020

COMITÉ COLBERT – Guillaume de Seynes

1) Todos aprendendo no mesmo momento - quase "real time" - não existem respostas e nem caminhos certos ou errados, folhas em branco a serem desenhadas por nós

2) A produção na Itália foi comprometida pela parada de fábricas

3) As marcas elevaram as ações sociais, cuidando das comunidades nesse momento da pandemia

4) O setor de turismo e bares/restaurantes estão no "dark"

5) A França/Europa seguramente estarão fechados para turismo externo até no mínimo setembro

6) A ausência do turismo comprador da Ásia, China, Oriente Médio e Americanos derrubará os resultados das marcas esse ano

7) O ecommerce cresce mas antes pandemia os resultados cresciam mais no varejo tradicional

8) 1st quarter = LVMH -17%, KERING -15%, Hermès -7% mas a expectativa é que a queda do 2nd quarters seja muito maior

9) A Europa se deu conta da extrema dependência de produção com a China e isso gerou total desconforto

10) A retomada com os novos protocolos estão gerando redução de jornadas, tentativas de não cruzamentos de times, severas regras de higiene e as marcas irão sugerir aos clientes para usarem máscaras - atenção ao fato das portas das lojas que se manterão abertas para que os clientes não tenham que tocar

Destaque em 3 pontos da conversa:

1) Mesmo a França, a Europa, o Luxo vive na berlinda da interpretação social e gera muito desconforto em diversas classes

2) O Japão que tinha sido usado no Brasil como exemplo de não quarentena e distanciamento social, fechou também

3) "The weaker will get weaker, the stronger will get stronger"