Millennials americani: il viaggio vale più di un gioiello (di lusso)

Sono le esperienze i veri beni di lusso per i **Millennials** americani. Valgono quindi di più - rispetto a gioielli, capi griffati o accessori di marca - i viaggi, il cibo e i trattamenti nei centri benessere. Il dato è il frutto di una ricerca condotta da **Rbc Capital Markets** che, a inizio settembre, ha intervistato 563 consumatori statunitensi tra i 18 e i 35 anni, con un reddito familiare superiore ai 100mila dollari, che avessero comprato un prodotto di lusso nei precedenti 12 mesi.
“Gli Stati Uniti – scrivono i ricercatori di Rbc – rappresentano l’area con la maggiore ricchezza del mondo (risiede qui circa il 30% della ricchezza globale), sono il principale mercato per i luxury good (25% delle vendite globali) e la seconda più vasta clientela per i brand europei (circa 20% delle vendite totali). Il rallentamento della domanda cinese ha spinto i marchi europei a focalizzarsi sul mercato americano, e particolarmente sui Millennial”. Come riporta Pambianconews, solo il 12% del campione afferma di preferire l’acquisto di lusso sulle esperienze, il 23% si dice neutrale, mentre il 64% sposta la preferenza su viaggi, attività, cene di qualità e benessere.