

Lo stato della moda di lusso in Canada: tendenze e sfide nel 2025

Il mercato della moda di lusso, tradizionalmente associato a grandi capitali europee come Parigi o Milano, sta vivendo un'evoluzione interessante anche in territori meno convenzionali, come il Canada, il quale, noto più per la sua stabilità economica che per l'avanguardia fashion, sta attirando l'attenzione dei grandi marchi internazionali e degli investitori retail. Il 2025 si conferma un anno cruciale: mentre la domanda di lusso resiste, cambiano le preferenze dei consumatori, le strategie dei marchi e i modelli di distribuzione. L'analisi di Retail Insider ("The State of Luxury Fashion in Canada") mette in luce tendenze in crescita, criticità del sistema e nuove opportunità. In questo articolo approfondiremo i principali elementi emersi, integrandoli con prospettive più ampie sul futuro del settore.

Un mercato resiliente ma in trasformazione

Il settore della moda di lusso in Canada ha registrato una crescita del +4,2 % nel 2024, con previsioni di espansione fino al +18,8 % entro il 2027. L'intero comparto moda, che vale 40,78 mld \$ nel 2024, continua a salire (+2,48 % YoY). Tuttavia, il rallentamento stimato dal 2025 al 2029 (+3,35 % annuo) suggerisce una tendenza più moderata, penalizzato dall'inflazione e dall'incertezza economica.

Ritorno ai negozi fisici e retail esperienziale

Contrariamente alle previsioni post-pandemia, la domanda per lo shopping in-store è tornata a crescere. Centri come Yorkdale a Toronto hanno ampliato gli spazi destinati al lusso, accogliendo brand quali Loewe, Brunello Cucinelli e Versace. Si afferma sempre più il concetto di *destination shopping*: non solo acquisto, ma esperienza multisensoriale e coinvolgimento culturale (es. Toronto, Montreal, Royalmount, The Well).

Cambiamenti nei comportamenti dei consumatori

Oggi, il consumatore canadese è molto più consapevole rispetto al passato, bada meno alle etichette e ai brand, ed è attratto da valori quali qualità, tracciabilità e sostenibilità. D'altronde, dal 2023, il *quiet luxury* (stile sobrio e discreto focalizzato su materiali e artigianalità) è diventato sempre più in voga tra le persone.

Negli ultimi anni, hanno preso vita negozi di resale e seconda mano: piattaforme come The RealReal e Vestiaire Collective conquistano popolarità, mentre la re-vendita di sneaker ha subito un rallentamento per via dell'eccesso di produzione. Le nuove generazioni sono invece attratte dalla cultura dei "dupes", ossia imitazioni di prodotti di lusso ma a basso costo.

Sfide strutturali

L'inflazione e il potere d'acquisto giocano un forte ruolo in questo mercato, dato che anche i consumatori più facoltosi hanno iniziato ad adottare scelte consapevoli, preferendo retailer di fascia media (es. T.J.Maxx, Ross). Tutto ciò è aggravato dall'imposizione di dazi e global sourcing: ad esempio, tariffe del 25 % su merci da Canada/Messico e 10 % da Cina stanno spingendo a rivedere filiere e prezzo del prodotto. Questo porta a un grande aumento della concorrenza internazionale; le aziende creano nuovi flagship store, i quali vengono aperti anche in città emergenti come Calgary o Edmonton, ma la crescita di spazi non sempre è proporzionale alla domanda reale. Non si tratta solo di acquistare, ma di vivere un'esperienza personalizzata: eventi privati, ambienti multisensoriali, servizi concierge, collezioni in edizione limitata.

Un'altra sfida in questo settore è l'esperienza cliente e status symbol: non basta il nome del brand; i consumatori cercano status attraverso eventi esclusivi e customer experience realmente premium.

Opportunità e segmenti emergenti

I punti chiave di questa evoluzione del fashion canadese sono:

- Generazione over 50 ("silver generation"): segmento in espansione ma spesso trascurato, richiede una strategia mirata.
- Sostenibilità ed etica: la trasparenza e l'impegno green sono diventati criteri fondamentali, ma tali investimenti restano onerosi.
- Lusso accessibile e fascia aspirazionale: mentre i grandi brand puntano ai top-spender (es. Hermès), la fascia "aspirazionale" (reddito 40–100 k \$) è scesa del 20 % negli acquisti nel 2024. Per recuperarla, servono articoli entry-level, personalizzazione ed esperienze memorabili.

Prospettive 2025–2029

Secondo Statista, il mercato arriverà a 6,24 mld \$ entro il 2029, con crescita annua del 3,35 %

I Trend da monitorare sono i seguenti:

- Evoluzione della cultura quiet luxury e gilded gorpcore (pezzi funzionali legati alla natura, con un tratto luxury)
- Ulteriore integrazione tra retail fisico e digitale, con servizi personalizzati e smart use of AI.
- Rilancio del lusso "Made in Canada": valorizzazione dei designer emergenti (es. Sentaler, Thomas Tai), rilancio di eventi di vetrina come Fashion Week.

In conclusione, Il settore del lusso in Canada nel 2025 si trova in un bivio: da un lato, un mercato solido in crescita e spazi retail moderni; dall'altro, sfide legate all'inflazione, alla canalizzazione della domanda e al cambiamento delle aspettative dei consumatori. I marchi vincenti saranno quelli in grado di combinare:

- Esperienze premium personalizzate,
- Trasparenza e sostenibilità,
- Prodotti eleganti ma non ostentati (quiet luxury),
- Soluzioni che abbracciano target maturi e aspirazionali,
- Valorizzazione del made-in-Canada e della scena creativa locale.

In un mercato in evoluzione, restano fondamentali la capacità di ascolto, l'adattamento strategico e la reattività ai cambiamenti globali, per trasformare le sfide in opportunità.