

# Lusso ed eccellenza non si devono confondere

La sovrapposizione di questi due concetti rende molto problematica la lettura dei fenomeni di consumo presenti e futuri

di Francesco Morace

twitter @francescomorace

→ Riteniamo di estrema importanza distinguere tra lusso ed eccellenza, due concetti profondamente diversi che invece spesso vengono confusi e sovrapposti: solo così potremo comprendere con più precisione i fenomeni in atto nel consumo e la loro evoluzione negli ultimi anni.

Partiamo dall'etimologia, che non andrebbe mai dimenticata: lusso deriva da *luxus* (eccesso) e definisce un eccesso che va al di là, e che quindi non può per definizione essere ricondotto a una maggioranza: il lusso ha senso nel momento in cui definisce un di più per pochi. Non ha quindi alcun senso l'e-



## Eccellenza

- FARE MEGLIO DI CHIUNQUE ALTRO
- QUALITÀ DAL BASSO
- DISTINZIONE PER INTENSITÀ
- INTIMITÀ CON IL TOP DI GAMMA
- DISCREZIONE
- PARTECIPAZIONE RITUALE
- INTERPRETAZIONE DELL'ESTETICA DEI VALORI

**Ben fatto** In questa prospettiva rinnovata la cultura dell'eccellenza artigianale si iscrive nella dimensione fruitiva del bello e ben fatto. I prodotti eccellenti confermano la loro diffusione in tutto il mondo come portatori di qualità autentica e integrano la progressiva maturazione dei comportamenti di consumo, divenuti più consapevoli e selettivi. Il desiderio

di unicità, interpretato ad esempio nell'alimentazione a chilometro zero, ma anche nella creazione artigianale del pezzo unico e irripetibile, si concilia con la dimensione produttiva e industriale e con il nuovo (e molto antico) concetto di eccellenza, basato su una maggiore fiducia/confidenza con il prodotto utilizzato, che diventa compagno di vita.

L'immaginario dell'eccellenza si estenderà in modo trasversale a categorie merceologiche diverse e a beni e servizi di alta gamma, dai prodotti personali alle tecnologie di consumo, fino ai servizi finanziari.

spressione “democratizzazione del lusso” che invece in questi anni ha rappresentato una nuova fuorviante categoria interpretativa. Il lusso non può essere né democratico, né per molti. È la sua stessa definizione che lo impedisce.

L'eccellenza invece deriva da *excellentia*, e designa un merito, una capacità di miglioramento. Un artigiano, un'industria, un'azienda, sono eccellenti quando producono qualcosa meglio di chiunque altro: ciò può avvenire nel mondo dei beni di lusso ma anche in aree e dimensioni più accessibili che, spesso, sono tipiche del gusto italiano. Illy o Alessi sono esempi emblematici a questo proposito. Prodotti e servizi unici, eccellenti, riconoscibili, ma che non appartengono al mondo del lusso. Poiché sono comunque democratici e hanno esteso in questi anni la loro penetrazione nel mercato globale, senza limiti di censo o di classe. Qui sta la differenza più rilevante. Il lusso continua ad avere un senso se viene pensato in un mondo separato, “superiore” e inaccessibile - secondo un processo di discontinuità aristocratica dall'alto, garan-

do la felicità solo a pochi eletti: gli *happy few* che sempre ci sono stati e che continueranno ad esserci. Dall'altro lato l'eccellenza segna un paesaggio di beni con un elevato valore aggiunto estetico o di esperienza, in cui approdano le nuove classi medie e medio-alte che sono ormai culturalmente ed economicamente attrezzate per apprezzare la qualità della vita. È su questo terreno del “gusto” che l'eccellenza italiana propone la sua progressione piramidale che parte dal saper fare artigianale, attraversa il territorio del gusto e della qualità per approdare al lusso esclusivo e inavvicinabile ai più.

Persino la personalizzazione narcisista che ha caratterizzato tre decenni di capricci individuali, si ridimensiona oggi a favore di una condivisione rituale tra simili, in cui la sensibilità simbolica, la condivisione dell'eccellenza e la tangibilità delle esperienze estetiche, ben si concilia con una nuova coscienza civile e una estetica dei valori, che sta progressivamente guadagnando terreno anche nelle nicchie dei pochi fortunati che si trovano a vivere il mondo del lusso. ←



## Lusso

- FARE PER POCHI
- ESCLUSIVITÀ DALL'ALTO
- PRIVILEGIO PER CONDIZIONE
- ESTERIORITÀ DEL LUSSO
- DISTRAZIONE
- PERSONALIZZAZIONE NARCISISTA
- OSTENTAZIONE

**Superiore** Il lusso -lo ripetiamo- continuerà a prosperare nella comunità privilegiata dei ricchi sempre più ricchi. Non si tratta di demonizzarlo o di ricondurlo a una democratizzazione impossibile, ma di capire e approfondire la differenza tra lusso, eccellenza e qualità della vita. Si diffonderà il gusto

per oggetti di alta fattura e produzione limitata, laddove la ricerca del vero lusso si rivelerà ancora rilevante per definire la propria posizione nella piramide sociale. L'apprezzamento sempre più diffuso del “pregio” si esprime in uno stile che presta particolare attenzione alla nobilitazione dei prodotti, esclusivi come un vino di nicchia.

→  
Gli accessori di moda, accompagnati spesso da capi di struttura sartoriale e da materiali di qualità, riflettono l'eleganza personale piuttosto che un desiderio di visibilità sociale. La ricerca di capi e accessori ad alto contenuto estetico e sensoriale segue la progressiva maturazione dei comportamenti di consumo e non sembra quindi destinata a esaurirsi.