

LA MAROQUINERIE, VALEUR SÛRE DU LUXE

Plus que jamais, la maroquinerie s'impose comme le segment star du luxe d'après la dernière publication des Echos Etudes « Le marché mondial de la maroquinerie de luxe » (mars 2022). Pour autant, les acteurs du luxe évoluent dans un environnement de plus en plus complexe sur un marché en proie à de profondes mutations.

Après une année 2020 calamiteuse, le marché a renoué avec une croissance extrêmement vigoureuse. 2021 est un excellent millésime pour le marché qui a dépassé son niveau de 2019 (+18,6% vs 2019 à changes constants), « enjambant » la crise sanitaire, preuve de sa capacité de rebond mais également de la grande appétence de la clientèle. Malgré les incertitudes, les perspectives restent bien orientées, le marché de la maroquinerie de luxe bénéficiant de fondamentaux porteurs. Ceci ne signifie pas pour autant un retour au « monde d'avant ». La donne a changé, les acteurs évoluant dans un environnement de plus en plus complexe sur un marché en proie à de profondes mutations. Le secteur est ainsi confronté à plusieurs défis de grande ampleur.

L'ENJEU INDUSTRIEL

A commencer par l'optimisation de l'outil industriel alors que la reprise engendre des problèmes capacitaires. L'heure est aux investissements (accroissement des capacités, digital/IA, ...). Au-delà du renforcement de leurs capacités industrielles, les acteurs doivent disposer d'une organisation industrielle flexible et réactive (ajuster finement la production à la demande, accélérer le time-to-market, optimiser le lead time et le taux de service, optimiser le niveau et la gestion des stocks). A ce titre, de nouvelles solutions se déploient, basées sur le digital et les nouvelles opportunités offertes par l'intelligence artificielle.



LA DURABILITÉ, PILIER INCONTOURNABLE

Les maisons sont également confrontées à une demande croissante de durabilité, amplifiée par la crise sanitaire. Les initiatives se mettent en place, tant au niveau de la matière que du produit fini. Afin de répondre aux attentes de consommateurs de plus en plus attentifs à l'environnement et au bien-être animal mais aussi à la montée en puissance de la clientèle vegan, les acteurs du luxe se positionnent sur les nouveaux matériaux alternatifs au cuir, en nouant notamment des partenariats avec des start-up. En parallèle, on assiste à une accélération spectaculaire du développement de l'offre durable sur la période récente. A côté des capsules durables qui tendent à se multiplier, les produits écoresponsables intègrent désormais l'offre.

NOUVELLES OPPORTUNITÉS

De nouvelles opportunités se présentent également aux acteurs. Les maisons se positionnent ainsi progressivement sur le pre-owned devenu une réalité économique. Dans le sillage du pre-owned, la location se développe. Les atouts inhérents à la précommande pourraient en revanche être davantage exploités afin de faire de la précommande une offre additionnelle, alternative et créatrice de valeur, complémentaire à l'offre traditionnelle. Dans le e-commerce, la crise de la COVID-19 a joué un rôle de catalyseur et favorisé l'émergence de nouvelles solutions (live shopping, consultation virtuelles, ...) créatrices de valeur.



Sommaire de l'étude

Aller à l'essentiel : les points clés à retenir

La dynamique du marché

2020, « annus horribilis »

La géographie du marché se transforme

2021 : le marché enjambe la crise et reprend sa marche en avant

Forces en présence et performances des acteurs

Palmarès des chiffres d'affaires : un secteur largement dominé par les leaders

Palmarès de la croissance : des performances contrastées

Les stratégies industrielles plus que jamais au centre des priorités

Une demande de durabilité amplifiée par la crise sanitaire

Le défi de la transparence

La matière, enjeu majeur du secteur

Le renforcement des capacités industrielles, une tendance lourde

Digital et IA, nouvelles frontières du supply chain management

Adapter l'offre à la nouvelle donne

Une tendance marquée à l'augmentation des prix et à la montée en gamme

Le déploiement d'une offre alternative/complémentaire à l'offre traditionnelle

La RSE infuse désormais dans le produit fini

Les stratégies de distribution off line

Focus sur les boutiques à l'enseigne : une course aux ouvertures désormais révolue

La crise sanitaire a bouleversé la contribution des différentes zones à la formation des chiffres d'affaires

Formats de boutiques, nouvelle géographie du marché : adapter le réseau physique

Focus sur Hainan : risque ou opportunité ?

Le digital, brique désormais essentielle des stratégies de diffusion

Le e-commerce plus que jamais au cœur du réacteur

La priorité donnée au direct-to-consumer

L'écosystème s'enrichit

À PROPOS DES ECHOS ÉTUDES

Les Echos Études est le pôle d'expertise sectorielle du Groupe Les Echos, spécialisé dans la réalisation d'études de marché, d'analyses concurrentielles et de diagnostics d'entreprises. Nous accompagnons depuis plus de 35 ans les acteurs publics et privés dans la compréhension de leurs marchés, leurs réflexions stratégiques et la vision prospective de leur métier.

VOUS SOUHAITEZ RECEVOIR UN EXTRAIT DE L'ÉTUDE, CONTACTEZ LE :

Service Client : tél. 01 49 53 63 00 ou par mail : etudes@lesechos.fr

Service Presse : Charlotte Saiman tél. 01 87 39 76 35 ou par mail : csaiman@lesechos.fr

La reproduction de tout ou partie de ce communiqué, sur quelque support que ce soit, est autorisée sous réserve de l'ajout de façon claire et lisible de la source « Les Echos Etudes ».