



« Les nouveaux territoires stratégiques du luxe »

Cette nouvelle étude, réalisée par « Les Echos Etudes », analyse comment les acteurs du luxe redéfinissent leurs priorités pour soutenir la croissance de demain et décrypte le potentiel de ces axes de développement. Cibles à potentiel, nouveaux univers, zones géographiques, matériaux de demain...



Luxe : poser les bases de la croissance future

La dernière publication des Echos Etudes - Les nouveaux territoires stratégiques du luxe - (mars 2023) analyse comment les acteurs du luxe redéfinissent leurs priorités pour soutenir la croissance de demain et décrypte le potentiel de ces axes de développement. Une nouvelle fois, le luxe a démontré sa forte capacité de résilience par temps de crise. Après le rebond exceptionnel de 2021, il signe un bel exercice 2022 (inéditamment dynamisé par l'inflation) dans un environnement de marché dégradé. Le chiffre d'affaires du marché mondial du luxe est tendanciellement en croissance et ses perspectives de croissance favorablement orientées. Dans un climat incertain, et à plus long terme, il s'agit toutefois pour les acteurs de poser les bases de la croissance future.



© Les Echos, Nouveaux territoires luxe 2023

Consolider le cœur de métier

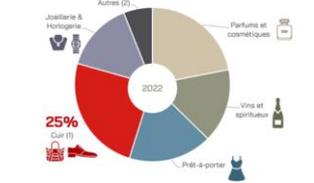
Au niveau du cœur de métier, l'enjeu consiste à **mettre l'accent sur les cibles à fort potentiel**, ce qui explique les nombreuses initiatives visant à adresser la clientèle fortunée, les hommes mais aussi les enfants. Le secteur est, par ailleurs, fortement challengé au niveau de la **supply chain**. Les outils industriels et logistiques se renforcent et se sophistiquent afin de répondre aux problèmes capacitaires et accélérer le lead time. Dans le même temps, les maisons montrent un intérêt grandissant pour les **nouveaux matériaux** et multiplient les **partenariats avec les start-ups** dans un contexte de pression croissante quant à la durabilité de leur offre.



- HWs
- Hommes
- Enfants
- Renforcement des capacités industrielles et logistiques
- Durabilité : repenser la matière
- Pre-owned/location
- Animaux de compagnie
- Inde
- Expérientiel : hospitalité, gastronomie, maison

Répartition du marché par segment de produits en 2022

(1) Montres et sacs (2) Accessoires, lunettes, arts de la table
Source : Les Echos Etudes



Le marché du luxe bénéficie de fondamentaux porteurs :

L'appétence de la clientèle ne se dément pas comme l'illustre le rebond observé en 2021 et les très bonnes performances enregistrées en 2022.

La base de clientèle se développe : augmentation tendancielle du nombre d'individus fortunés et développement des classes moyennes digitales à l'achat de produits de luxe, principalement dans les pays émergents. → De 400 millions en 2022, les consommateurs du luxe devraient passer à 500 millions à l'horizon 2030 (soit une croissance de près de 3 % en moyenne annuelle sur la période).

Si le tourisme international n'a pas retrouvé ses niveaux post-pandémie, celui-ci est en phase de recovery → Selon l'OMT (note du 17/01/2023), en 2022, les arrivées touristiques internationales ont ainsi représenté 63 % de leur niveau d'avant la crise sanitaire. Par ailleurs, l'organisation estime qu'après une reprise plus forte qu'anticipée en 2022, les arrivées touristiques internationales devraient atteindre 80 à 95 % des niveaux d'avant la crise sanitaire et retrouver leur niveau pré-pandémique en Europe et au Moyen-Orient. Notons, par ailleurs, que l'OMG a annoncé que la COVID-19 serait éradiquée (conférence du 17/03/2023) et pourrait laisser son sésil d'après, entraînant une levée des dernières restrictions aux voyages internationaux. A ceci s'ajoutent, au Japon, la réouverture complète du pays à tous les touristes en octobre 2022 et, en Chine, la fin de la politique du zéro-COVID et la levée des restrictions aux voyages internationaux. L'ensemble de ces éléments constitue un socle solide, favorable à la consommation mondiale de luxe, tant domestique que touristique.

Poser les bases de la croissance future & Explorer de nouvelles opportunités

Parallèlement, de **nouvelles opportunités**, qui consistent autant de relais de croissance potentiels, se font jour. Au-delà des nouveaux modes de consommation, les maisons se déploient sur de nouveaux segments, les acteurs déploient désormais leur marque au-delà du luxe personnel.

Le marché du luxe est tendanciellement en croissance et ses perspectives de croissance favorablement orientées. Dans un climat incertain, et à plus long terme, il s'agit toutefois de poser les bases de la croissance future :



Consolider le cœur de métier afin de bénéficier à plein du potentiel du marché en mettant l'accent sur les cibles à fort potentiel (HWs, hommes, enfants) mais aussi en adressant les enjeux capacitaires (supply chain) et de durabilité (matériaux alternatifs, nouveaux process, stocks dormants...) dans un contexte de pression croissante de la clientèle.

Explorer les nouvelles opportunités qui consistent autant de relais de croissance potentiels, qu'il s'agisse de **nouveaux modes de consommation** émergents (pre-owned et location, qui se structurent rapidement), les maisons se déploient sur de **nouveaux segments** comme l'illustre le développement des produits à destination des animaux de compagnie, mais aussi sur de **nouveaux marchés géographiques** à fort potentiel, à l'instar de l'Inde. De **nouveaux territoires de l'expérientiel** sont également au rendez-vous comme l'hospitalité, la gastronomie et l'équipement de la maison, des territoires qui ne cessent de s'enrichir et s'affirmer ainsi comme la « nouvelle horizons » du luxe.

Sommaire de l'étude

Synthèse : aller à l'essentiel

Le dynamisme du marché du luxe personnel et de l'art de vivre
Définition et périmètre
Le marché reprend sa marche en avant après la sécheresse de 2020
Opportunités spatiales et au niveau géographique
Après la crise de 2020, l'ensemble des segments est revenu à son niveau d'avant la pandémie (hors 2021)
Un marché bien orienté à l'horizon 2030 : les perspectives des Echos Etudes
Forces en présence et performances des acteurs
Axe économique et croissance des leaders du luxe (la section a repris sa marche en avant)
Une médiation des ventes de la marge déclinante en 2020
Responsabilité financière : un secteur à risques très attractif
Opportunités marges de manœuvre au niveau de l'investissement

Adresser les nouveaux enjeux pour poser les bases de la croissance de demain

Capacités sur la croissance de la clientèle fortunée
Faire de l'homme un relais de croissance
Développer l'offre à destination des enfants
Renforcer les capacités industrielles et logistiques
Repenser la matière pour répondre aux nouvelles attentes
Trouver de nouvelles opportunités pour trouver des relais de croissance
Pre-owned et location : se positionner sur les nouveaux modes de consommation
Surfer sur le boom des produits à destination des animaux de compagnie
Se positionner sur les nouveaux marchés émergents : focus sur l'Inde
Élargir un territoire de marque au-delà du luxe personnel : focus sur l'hospitalité, la gastronomie et l'équipement de la maison

Source - Les Echos Etudes

Informations des lecteurs : Dans le cadre de la nouvelle loi encadrant le travail des influenceurs, mais aussi des journalistes et tous ceux qui sont présents sur les réseaux sociaux, nous vous informons que cet article n'a pas donné lieu à rémunération.

Attitude Luxe