

# SECTEUR DU LUXE : PRÉPARER LA REPRISE

Quelles stratégies et quels modèles gagnants pour adresser les nouveaux défis et préparer l'après ?

**LesEchos**

ÉTUDES

# Sommaire

<b>Synthèse</b>	<a href="#">5</a>	2.6. Pre-owned et location à l'agenda des maisons	<a href="#">173</a>
<b>1. Le luxe dans l'œil du cyclone</b>	<a href="#">38</a>	2.7. Nos recommandations	<a href="#">186</a>
1.1. Données clés et principales caractéristiques du marché du luxe	<a href="#">39</a>	<b>3. Distribution et relation client : répondre aux attentes des consommateurs et aux nouveaux paradigmes</b>	<a href="#">188</a>
1.2. Le luxe lourdement impacté par la tempête COVID-19	<a href="#">47</a>	3.1. Un parcours client de plus en plus complexe	<a href="#">189</a>
1.3. Un secteur sous pression	<a href="#">61</a>	3.2. Adapter le réseau physique à la nouvelle donne	<a href="#">192</a>
1.4. Un marché en phase de transformation	<a href="#">83</a>	3.3. Le digital pour amplifier l'expérience IRL	<a href="#">216</a>
1.5. La COVID-19, catalyseur des facteurs de mutation	<a href="#">99</a>	3.4. Dépasser le e-commerce traditionnel en misant sur la dimension communautaire et l'interactivité	<a href="#">231</a>
1.6. Le diagnostic Les Echos Etudes	<a href="#">106</a>	3.5. Le gaming, nouveau terrain de jeu des maisons	<a href="#">249</a>
<b>2. Offre : agilité, flexibilité et engagement pour capter les nouvelles opportunités</b>	<a href="#">111</a>	3.6. L'enjeu du clienteling : pour une relation personnalisée et sans couture tout au long du parcours d'achat	<a href="#">259</a>
2.1. Plus que jamais la nécessité de disposer d'une supply chain flexible et réactive	<a href="#">112</a>	3.7. Nos recommandations	<a href="#">269</a>
2.2. Vers une nouvelle vague d'optimisation des portefeuilles de marques	<a href="#">121</a>	<b>Annexes</b>	<a href="#">272</a>
2.3. L'éternelle question des calendriers	<a href="#">127</a>	Pour aller plus loin...	<a href="#">273</a>
2.4. Développer une offre alternative/complémentaire à l'offre traditionnelle pour créer de la valeur	<a href="#">135</a>	Vos contacts	<a href="#">274</a>
2.5. Un besoin croissant de sens, de transparence et d'engagement	<a href="#">152</a>		

**LesEchos**

ÉTUDES

## 1. Le luxe, un secteur sous pression

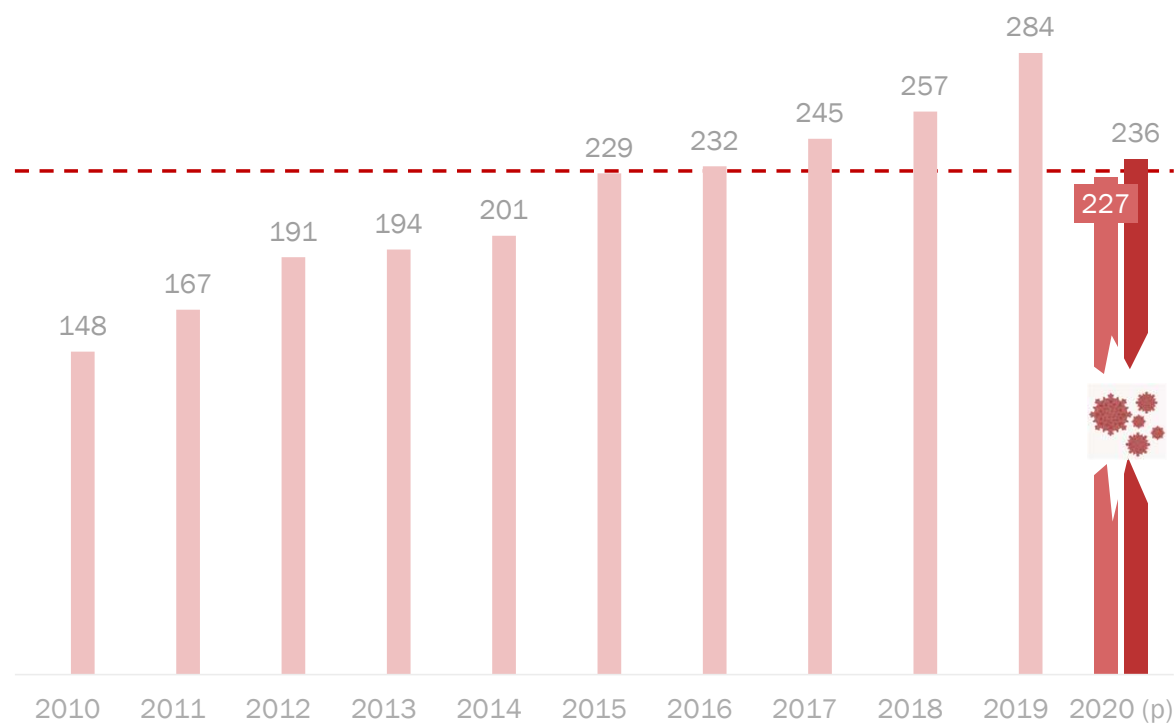
### 2020, annus horribilis

La COVID-19 impactera lourdement le marché du luxe qui devrait connaître un repli historique en 2020, les prévisions des Echos Etudes tablent sur une **contraction du marché comprise entre - 17 % et - 20 % (changes constants) en année pleine.**

Le marché du luxe en euros retrouverait ainsi en 2020 son niveau de 2015 ou 2016.

### Evolution du marché du luxe entre 2010 et 2020 (p) (indice base 100 en 2004)

Source : Les Echos Etudes



## 1. Le luxe, un secteur sous pression

**Le marché ne devrait retrouver ses niveaux de 2019 qu'en 2022 ou 2023**

Les Echos Etudes anticipe une reprise de la croissance en 2021 sur fond d'effet de base favorable et de reprise du tourisme, essentiellement intrarégional, dans un contexte d'amélioration des conditions sanitaires et de mise en place de campagnes vaccinales. La tendance se prolongera en 2022 à la faveur de la reprise du tourisme extrarégional. Pour autant, un effet de rattrapage semble exclu.

Sur cette base, nous tablons sur une croissance comprise entre 10 % et 15 % en moyenne annuelle au cours des exercices 2021 et 2022, avant une normalisation de la croissance à partir de 2023 (+ 7 %/+ 9 % en moyenne annuelle).

- > Un « retour à la normale » qui ne se fera pas avant 2022 ou 2023
- > Les perspectives demeurent toutefois satisfaisantes à moyen terme, malgré le « trou d'air » de 2020
- > De très fortes incertitudes demeurent néanmoins

### Evolution du marché à horizon 2025 (indice base 100 en 2019)

Source : Les Echos Etudes

