



Outsiders du luxe

Identifier les pépites, les cibles et les challengers de demain

Une étude pour

Analyser les ressorts
de croissance des outsiders
du luxe

Benchmarker
les performances, les
stratégies et les modèles
de développement de 25
maisons passées au crible

Anticiper
les mouvements
capitalistiques à venir,
identifier les cibles et les
prédateurs



Outsiders du luxe

LES OUTSIDERS SONT PLUS QUE JAMAIS AU CENTRE DU JEU CONCURRENTIEL

Les outsiders du luxe constituent un ensemble hétérogène, tant en termes de modèles de développement que de performances financières. Pour autant, de nombreuses maisons affichent des performances très satisfaisantes, qu'il s'agisse de jeunes pousses, de maisons plus anciennes ou de belles endormies en phase de *revival*.

A l'heure où le marché du luxe connaît une période de turbulences et où les leaders sont chahutés, elles bénéficient à plein de l'appétence croissante de la clientèle pour les marques alternatives/plus confidentielles pour prendre des parts de marché aux marques établies.

LA PROBLÉMATIQUE DU FINANCEMENT EST CLÉ POUR LEUR DÉVELOPPEMENT

De nombreuses maisons ont ouvert leur capital ou ont changé de mains depuis 2010. Ceci s'explique par :

- La lourdeur des investissements nécessaires pour financer le développement (cf. prise de participation de L Capital au capital de Vicini et d'Artémis dans Courrèges) ;
- Les difficultés financières rencontrées par certaines maisons, contraintes de faire appel à des investisseurs extérieurs (cf. Corthay) ;
- Les problématiques patrimoniales ou de transmission (cf. cession de Courrèges à Jacques Bungert et Frédéric Torloting).

De nouveaux mouvements vont avoir lieu à brève échéance. Si certaines maisons entendent demeurer indépendantes et autofinancer la croissance (cf. Santoni, Victoria Beckham), d'autres sont à la recherche de partenaires, industriels ou financiers, ou de repreneurs à l'instar de Casadei ou de Smalto. L'introduction d'une partie du capital en bourse est également une solution envisagée par certains acteurs (Kiton, Ermanno Scervino, Stefano Ricci).

DE NOMBREUX PRÉDATEURS ET UNE SURENCHÈRE SUR LES CIBLES

Les leaders du luxe ont multiplié les acquisitions depuis le début des années 2010, parmi lesquelles de nombreuses jeunes pousses et outsiders. Si ces groupes font figure de « prédateurs naturels », ils doivent, de plus en plus, composer avec de nouveaux investisseurs (groupes cherchant à se positionner sur le luxe, investisseurs privés, fonds d'investissement, ...) disposant, pour certains, de moyens considérables (cf. rachat par Ergon des parts détenues par DGPA dans le capital de GGDB, discussions en cours entre Alexander Wang et General Atlantic et entre Isabel Marant et Eurazeo).

Dans ce contexte, nous assistons à une surenchère sur les cibles et à une explosion des multiples de valorisation. Le Qatar aurait ainsi déposé une offre de rachat pour la maison Balmain de près de 500 MEUR, très nettement supérieure aux estimations. Des fonds français, anglo-saxons, un groupe chinois et un investisseur américain seraient également sur les rangs.

CHIFFRE CLÉ EN CA

+14%

Croissance en CA du panel de 25 maisons outsiders du luxe en 2014

Source : Les Echos Études

LA MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE

Les 25 entreprises faisant l'objet d'une monographie constituent un échantillon représentatif des outsiders du luxe (prêt-à-porter, souliers, maroquinerie, bijouterie-joaillerie) et des modèles de développement observables.

Ces maisons interviennent sur différentes zones géographiques, différents segments de produits, différents niveaux de gamme (du luxe accessible au hard luxury) et différents canaux de distribution.

Via l'analyse de ces 25 entreprises, notre étude offre un panorama des forces en présence et des problématiques qui sous-tendent les stratégies opérationnelles des outsiders du luxe.

COMPRENDRE LE RÔLE DES OUTSIDERS DANS LE NOUVEAU PAYSAGE DU LUXE

01 Analyse prospective de la nouvelle donne concurrentielle du luxe

Quel rôle joueront les outsiders dans le paysage du luxe de demain ?

Quelles sont les pépites, quelles sont les cibles, qui sont les prédateurs, quels sont les challengers de demain ?

02 Les problématiques stratégiques auxquelles font face les outsiders

Une très forte pression concurrentielle

Un marché du luxe cyclique

Une forte dépendance aux réseaux multimarques

D'importants besoins de capitaux pour financer le développement

03 Benchmark financier des outsiders du luxe

Analyse de l'actionnariat des maisons outsiders

> De nombreuses maisons ont ouvert leur capital ou ont été cédées à des investisseurs

> De nouveaux mouvements sont à prévoir à court/moyen terme

Palmarès des chiffres d'affaires, de la croissance et de la profitabilité

> Quelles sont les pépites, qui sont les challengers de demain ?

04 Analyse des modèles de développement

Les stratégies d'offre

> Une gestion dynamique de l'offre pour trouver des relais de croissance

Les stratégies de distribution

> Le réseau multimarques, un circuit stratégique

> L'enjeu du déploiement du réseau à l'enseigne

> Internet fait désormais partie intégrante des stratégies de distribution

Les stratégies de développement à l'international

> Marchés ciblés, stratégies et leviers actionnés

05 Monographies : 25 outsiders du luxe passés au cible

Fiche signalétique : date de création, nationalité, actionnariat, etc.

Chiffres clés : chiffre d'affaires, croissance, profitabilité,...

Stratégie d'offre : structuration de l'offre produits, diversifications, licences,...

Organisation de la production : choix opérés en termes industriels, investissements,...

Politique de distribution : arbitrage retail/wholesale, stratégie à l'international, e-commerce,...

Objectifs stratégiques à court/moyen terme et diagnostic Les Echos Etudes



Les 25 maisons et groupes faisant l'objet d'une monographie

- Alexander Wang
- Balmain
- Barbara Bui
- Buccellati
- Camille Fournet
- Casadei
- Corthay
- Courrèges
- Damiani Group
- Ermanno Scervino
- Fabiana Filippi
- Fusalp
- Golden Goose Deluxe Brand
- Isabel Marant
- Jérôme Dreyfuss
- Kiton
- Lanvin
- Mulberry
- Philipp Plein
- Santoni
- Smalto
- S.T. Dupont
- Stefano Ricci
- Vicini
- Victoria Beckham

PÔLE LUXE-MODE-BEAUTÉ des Echos Etudes animé par Cécile DESCLOS

Beauté & digital - Décembre 2015

Tendances porteuses, stratégies gagnantes pour les marques et enseignes de cosmétique

Le marché mondial de la maroquinerie de luxe - Juin 2015

Repenser les business models face aux transformations du marché

La contrefaçon des produits de luxe sur internet - Avril 2015

Quels moyens de lutte efficaces ?

Vous souhaitez disposer sur ce sujet d'une étude ad'hoc ou d'une analyse personnalisée ?
Une formation ou une présentation orale des résultats de cette étude auprès de vos équipes ?
Contactez notre Directeur du développement : François FLAUSINO
Tél : 01 49 53 65 18 - Email : fflausino@lesechos.fr

NOTRE EXPERT



Cécile DESCLOS

Directrice du pôle
Luxe-Mode-Beauté

cdesclos@lesechos.fr
Tél. : 01 49 53 63 00

Retrouvez-la sur  

COMMANDE DE L'ÉTUDE OUTSIDERS DU LUXE

Version PDF

- Pour 1 utilisateur*
3 350 € HT - 3 534,25 € TTC (TVA à 5,5%)
- De 2 à 5 utilisateurs*
4 355 € HT - 4 594,53 € TTC (TVA à 5,5%)
- De 6 à 10 utilisateurs*
5 025 € HT - 5 301,38 € TTC (TVA à 5,5%)
- Plus de 10 utilisateurs* : Nous contacter

Option papier

- Oui je souhaite recevoir un ou plusieurs exemplaires papier pour
335 € HT (TVA à 5,5%) l'unité, en plus de l'achat d'une version PDF.

Nombre d'exemplaires : _____

*L'article L. 122-5 du Code de la propriété intellectuelle n'autorise que les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective.

Personne à contacter pour l'envoi des licences et/ou papier

Nom : _____ Prénom : _____
Fonction : _____ Société : _____
Adresse : _____
Tél. : _____ E-mail : _____

Facturation :

Société : _____
Adresse : _____
Contact : _____

Version papier

3 150 € HT - 3 323,25 € TTC (TVA à 5,5%)

Présentation orale par l'expert auprès de vos équipes :

Nous contacter pour un devis. Prestation possible
seulement avec l'achat de l'étude

Code mailing : J261INTEI

Règlement :

- Virement (RIB 31489/00010/00219548733/47
Crédit agricole - CIB)
- Chèque à l'ordre des Echos Solutions
- Carte bancaire sur lesechos-etudes.fr
- Règlement à réception de facture

Date : / /

Signature :

Les EchosÉTUDES

Service Clients - 16 rue du Quatre septembre - 75002 Paris
Tél. : 01 49 53 63 00 - Mail : etudes@lesechos.fr

WWW.LESECHOS-ETUDES.FR