

La croissance va s'accélérer sur le marché mondial du luxe

- Le secteur devrait progresser de 6 à 8 % cette année.
- Les ventes sont portées par les millennials chinois.

LUXE

Enrique Moreira
 @EnriqueMoreira

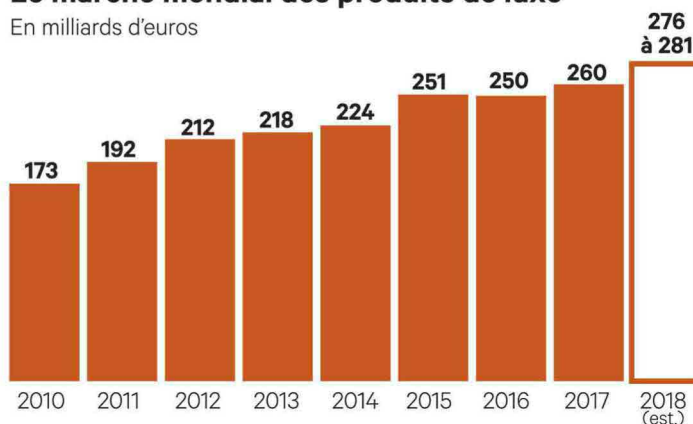
L'optimisme est de rigueur sur le marché du luxe. Selon le cabinet Bain & Co, le secteur devrait connaître cette année une croissance comprise entre 6 et 8 % au niveau mondial, à taux de change constants. Une nette accélération par rapport à la hausse de 5 % constatée en 2017, qui est elle-même supérieure à la croissance de 2 à 4 % envisagée voilà un an par Bain. Le chiffre d'affaires du marché mondial devrait se situer entre 276 et 281 milliards d'euros.

Sur le plan géographique, c'est la Chine continentale qui fera de loin la course en tête, avec une croissance comprise entre 20 et 22 %, tandis que le reste de l'Asie oscillera entre 9 et 11 %. Sur le continent américain, la situation est diverse : les Etats-Unis profitent de la baisse du dollar et le Canada reste performant, mais l'Amérique latine connaît une dynamique mitigée. « La région, dans son ensemble, devrait connaître une croissance entre 3 et 5 % en 2018 », précise l'étude. L'Europe, elle, est pénalisée par l'euro fort, avec une hausse prévue entre 2 et 4 %.

Cette accélération est portée par quatre grands leviers. A commencer par l'engouement des Millennials (18-35 ans) pour le luxe, qui assurent à eux seuls 85 % de la croissance. Et,

Le marché mondial des produits de luxe

En milliards d'euros



« LES ÉCHOS » / SOURCE : BAIN & COMPANY POUR LA FONDAZIONE ALTAGAMMA

parmi eux, des Chinois en particulier. Dans l'empire du Milieu, les acheteurs de produits de luxe sont jeunes et très sensibles à l'influence des réseaux sociaux. Ceux-ci jouent un rôle clef dans l'acte d'achat, indique Bain.

Boom du streetwear

Autre tendance de fond, la place prise par la vente en ligne, « à mesure que les frontières avec les canaux physiques traditionnels s'atténuent ». L'e-commerce a bondi de 24 % en 2017, pour totaliser 9 % à 10 % du marché. Une évolution prise en compte par les géants du secteur. Richemont a acquis la totalité du capital du site de vente de produits de luxe Net-à-porter en début

d'année, tandis que LVMH (propriétaire du Groupe Les Echos) lançait voilà un an son site 24 Sèvres.

Le troisième axe de croissance est aussi un rajeunissement. Mais c'est celui du style, cette fois, avec le développement du streetwear, dû notamment à des tenues de travail de plus en plus décontractées. Des marques comme Louis Vuitton (LVMH), Gucci (Kering) ou Chanel misent beaucoup sur ce style, baskets en tête. Enfin, c'est l'augmentation des volumes de ventes et non celle des prix qui tire le marché vers le haut. De quoi être confiant dans l'avenir: Bain table sur une croissance moyenne annuelle du marché du luxe comprise entre 4 % et 5 % au cours des prochaines années. ■

