



Capital

N°16 DÉCEMBRE 2017 -
JANVIER - FÉVRIER 2018 7,50 €**DOSSIER
SPÉCIAL****LES BUSINESS FOUS DU**

LUXE

◆ BÉNÉFICES RECORD ◆ CLIENTS TOUJOURS PLUS
CAPRICIEUX ◆ MARKETING EXUBÉRANT ◆ PÉNURIE ORGANISÉE
◆ RECRUTEMENTS PAR MILLIERS ◆ SALAIRES MIROBOLANTS...

**ILS ONT EU LA BONNE
IDÉE ET ON A LE DROIT DE
S'EN INSPIRER!** P.98**GRAND ANGLE**
L'ÉTONNANT RETOUR DES
COMÉDIES MUSICALES P.102

PM PRISMA MEDIA

M 02549 - 16 - F: 7,50 € - RD



BEL : 8,50 € - CH : 13 CHF - CAN : 12,99 CAD - D : 9,50 € - LUX : 8,50 € - PORT. CONT. : 8,50 € - DOM : Avion : 9 € - Bateau : 7,90 € - MAY : 9 € - Maroc : 87 DH - Tunisie : 14 TND - Zone CFA Avion : 7,500 XAF - Bateau : 6,800 XAF - Zone CFA Bateau : 1,000 XAF




LES BUSINESS FOUS DU LUXE

Le luxe

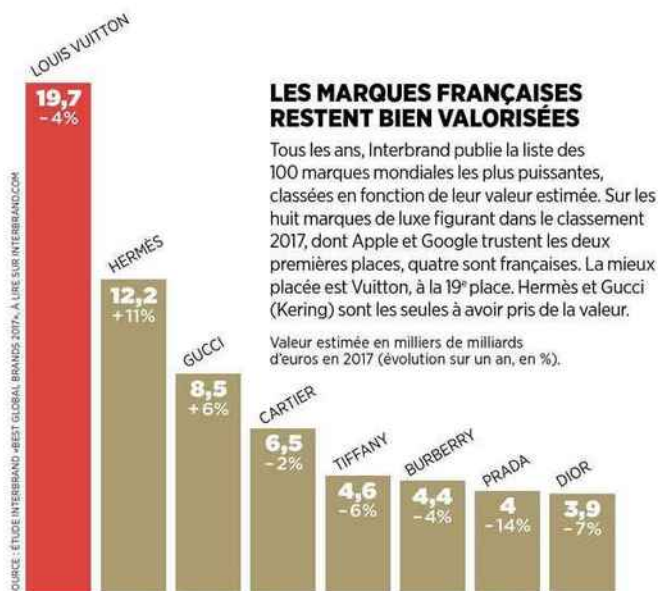
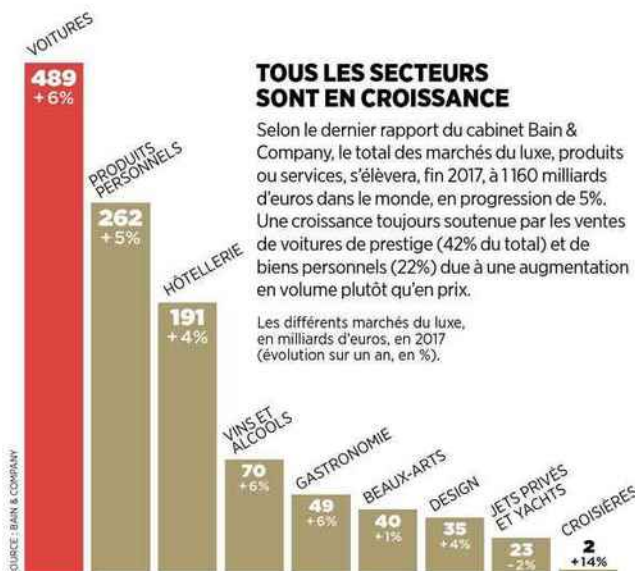
LE SEUL SECTEUR QUI RÉSISTE À TOUTES LES CRISES ?

La France semble être l'indétrônable leader mondial du luxe, suivie par l'Italie, selon le dernier palmarès mondial du cabinet Deloitte («Global Powers of Luxury Goods»), qui a classé les 100 plus grands groupes mondiaux du secteur. Le chiffre d'affaires moyen des entreprises y est de 4,3 milliards d'euros... soit deux fois plus qu'en Suisse ou aux Etats-Unis et quatre fois plus qu'en Italie. L'explication tient en partie aux effets de change, particulièrement favorables à nos grands groupes : LVMH, Kering

et L'Oréal Luxe. Ces trois entreprises représentent plus de trois quarts des ventes de produits de luxe réalisées par les sociétés basées en France.

Au total, poussé par les pays émergents, le marché des produits de luxe pèse 262 milliards d'euros en 2017. Et le cabinet Bain & Company table sur un maintien de la tendance positive du marché des biens personnels, avec un taux de croissance de 4 à 5 % par an pour les trois prochaines années, pour atteindre des ventes de 295 à 305 milliards d'euros à l'horizon 2020. 

Benjamin Saragaglia





RANG	GROUPE	CHIFFRE D'AFFAIRES LUXE*	MARGE BENEFIC. NETTE LUXE*	CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL*
1	LVMH (France)	19,2	2,2	34
2	RICHEMONT (Suisse)	10,5	2,1	10,5
3	ESTÉE LAUDER (Etats-Unis)	9,7	1	9,7
4	LUXOTTICA (Italie)	8,4	0,8	8,4
5	KERING (France)	7,5	0,5	11
6	SWATCH (Suisse)	7,3	1,1	7,6
7	L'ORÉAL (France)	6,9	1	6,9
8	RALPH LAUREN (Etats-Unis)	6,4	0,3	6,4
9	CHOW TAI FOOK (Chine)	6,3	0,3	6,3
10	PVH (Etats-Unis)	5,4	0,4	6,9

SOURCE : PALMARES MONDIAL DELOITTE : LES CHAMPIONS DU LUXE 2017

LES 10 PLUS GRANDS GROUPES DU SECTEUR...

Le groupe français LVMH conserve sa place de leader mondial du luxe, tant en termes de ventes que de bénéfices. En deuxième position, Richemont (Cartier, Montblanc, Piaget) affiche quant à lui le meilleur pourcentage de marge nette (20,1%), suivi par L'Oréal (15,2%), Swatch (13,2), puis seulement LVMH (11,2%).

* Résultats à fin juin 2016, en milliards d'euros.

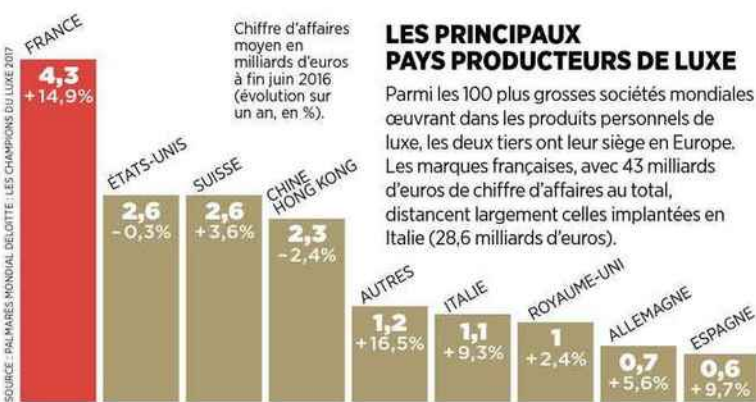
RANG	GROUPE	CHIFFRE D'AFFAIRES LUXE*	TAUX DE CROISSANCE ANNUEL
24	PANDORA (Danemark)	2,1	+36,3%
30	GITANJALI GEMS (Inde)	1,5	+30,6%
41	KATE SPADE & CIE (Etats-Unis)	1	+28,1%
43	GROUP VALENTINO (Italie)	1	+37,8%
46	MONCLER (Italie)	0,8	+23,1%
51	SMCP (France)	0,6	+26,5%
64	MARCOLIN (Italie)	0,4	+43,1%
72	FURLA (Italie)	0,3	+22,9%
74	RCC DE ROUPAS (Brésil)	0,3	+29,1%
99	ACNE STUDIOS (Suède)	0,1	+27,6%

SOURCE : PALMARES MONDIAL DELOITTE : LES CHAMPIONS DU LUXE 2017

... ET LES 10 À LA PLUS FORTE CROISSANCE

En matière de croissance, les marques italiennes sont celles qui affichent les performances les plus impressionnantes. Bien sûr, elles restent encore loin derrière les géants du secteur, mais il faut dire qu'elles sont souvent familiales, donc plus petites et aux moyens de développement limités.

* Résultats à fin juin 2016, en milliards d'euros.



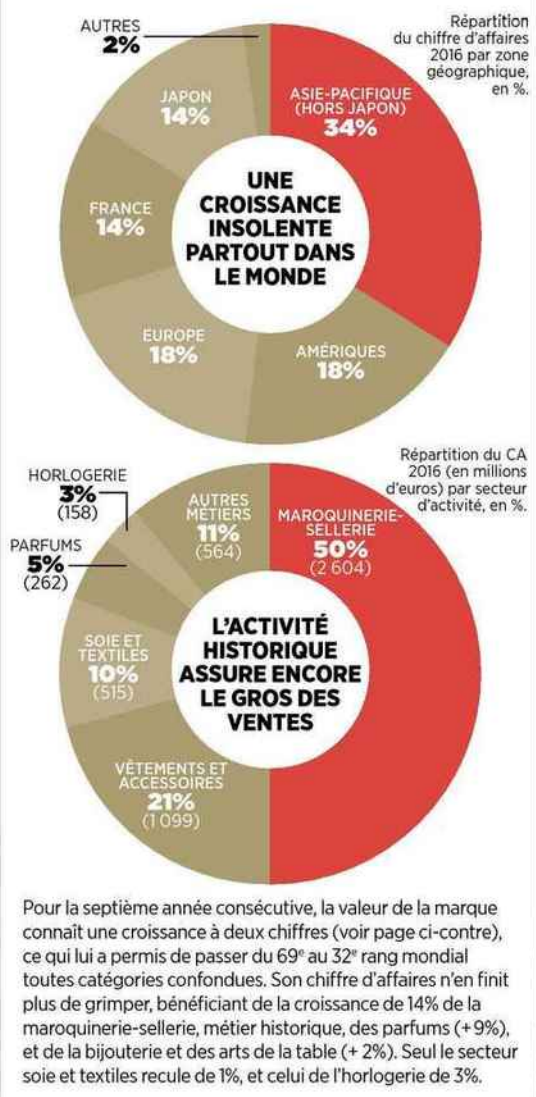
Chiffre d'affaires moyen en milliards d'euros à fin juin 2016 (évolution sur un an, en %).

LES PRINCIPAUX PAYS PRODUCTEURS DE LUXE

Parmi les 100 plus grosses sociétés mondiales œuvrant dans les produits personnels de luxe, les deux tiers ont leur siège en Europe. Les marques françaises, avec 43 milliards d'euros de chiffre d'affaires au total, distancent largement celles implantées en Italie (28,6 milliards d'euros).

Le cas Hermès

32^e **5,2**
marque mondiale milliards d'euros
HERMÈS EST DERRIÈRE H&M... MAIS DEVANT FORD ET L'ORÉAL!
SON CHIFFRE D'AFFAIRES NE CESSE DE CROÎTRE : +7,4% EN 2016



SOURCE : HERMÈS INTERNATIONAL, RAPPORT ANNUEL 2016

PHOTO : PAPERNITES/GETTY IMAGES

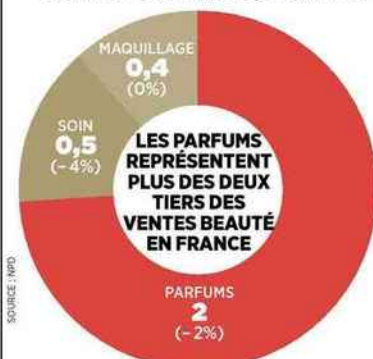


La beauté

2,9

milliards d'euros

EN FRANCE, LE MARCHÉ DE LA BEAUTÉ SE CONCENTRE SUR LE HAUT DU HAUT DE GAMME



Chiffre d'affaires 2017, en milliards d'euros (évolution sur un an, en %).

Sur un an, le cumul des ventes en France de parfums, soin et maquillage de prestige a reculé de 2%, à 2,9 milliards d'euros. «Mais on observe des poches de croissance sur le premium, avec des parfums à plus de 150 euros», note Mathilde Lion, experte beauté chez The NPD Group.

LES VENTES DE PARFUMS SONT DOPÉES PAR LES NOUVEAUTÉS

265

NOUVELLES FRAGRANCES ONT ÉTÉ LANCÉES ENTRE AOÛT 2016 ET JUILLET 2017

304 millions d'euros

SONT ISSUS DES LANCÉMENTS DE PARFUMS (DECLINAISONS COMPRISSES)...

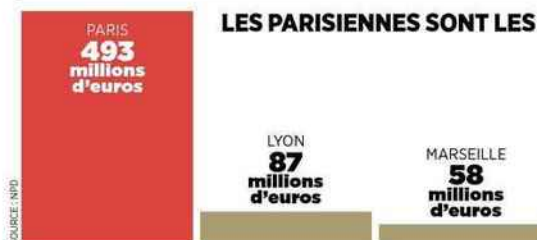
... dont 76 millions d'euros

RÉALISÉS PAR SEULEMENT TROIS NOUVEAUTÉS (KENZO WORLD, CHANEL N°5 L'EAU ET MON GUERLAIN)



Les classiques se maintiennent : La Vie est belle de Lancôme, J'adore de Dior et La Petite Robe noire de Guerlain restent aux trois premières places du podium des ventes de parfums en France, pour la troisième année consécutive, et représentent 334 millions d'euros.

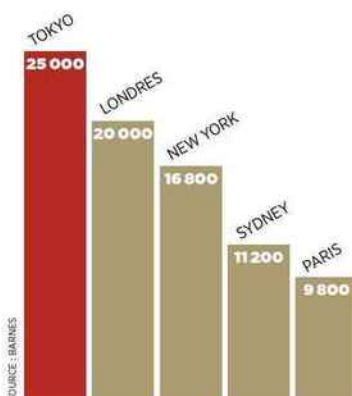
LES PARISIENNES SONT LES PREMIÈRES CLIENTES



Les Parisiennes ne font pas mentir le cliché : elles sont les premières acheteuses de produits de beauté en France. 17% des achats sont réalisés dans la capitale. Un chiffre à nuancer : les touristes représentent en réalité un pourcentage sans doute important de cette clientèle.

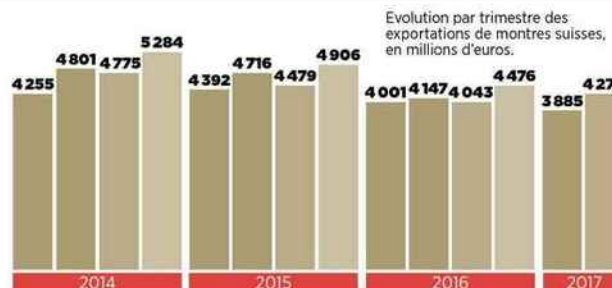
PHOTO: KSUSHIN/GETTY IMAGES

L'IMMOBILIER DE PRESTIGE FLAMBE DANS LES 5 VILLES PRÉFÉRÉES DES ULTRARICHES



Dans son rapport réalisé avec Wealth-X, le cabinet Barnes dissèque les habitudes d'achat immobilier des HNWI (High-Net-Worth Individuals), dont le point commun est un patrimoine dépassant 1 million de dollars, ou des Ultra-HNWI, qui culminent, eux, à plus de 30 millions. En 2017, Londres est restée leur ville préférée, ce qui n'a pas empêché ses tarifs de reculer de 25% en dix-huit mois.

Prix au mètre carré pour les biens à plus de 1,5 million d'euros.



SIGNES DE REPRISE MITIGÉS POUR LES MONTRES MADE IN SWITZERLAND

Après vingt mois consécutifs de baisse, le chiffre d'affaires dû à l'exportation de montres helvétiques est reparti à la hausse en mars dernier. En détaillant le marché, on remarque toutefois que l'embellie est cantonnée au secteur des montres mécaniques (+1,9% en volume), alors que celui des montres à quartz a continué de reculer (-5,7%). Et l'avenir reste sombre pour l'horlogerie suisse, à cause d'une baisse de la demande, étrangère comme intérieure, et de la force du franc suisse.