

# Luxe, retour à la vie

**C**e sont encore des signaux faibles mais ils sont positifs. Cet été plusieurs groupes et marques de luxe ont signalé, à l'occasion notamment de leurs résultats semestriels, que les choses allaient clairement mieux. François-Henri Pinault par exemple, le propriétaire notamment de Gucci, a annoncé l'arrêt de la chute de la demande pour les articles de luxe. Swatch Group, le numéro un mondial de l'horlogerie, perçoit déjà des signes de reprise et estime que ses marques de luxe se comporteront mieux dans la seconde partie de l'année. Quant au patron de BMW, Norbert Reithofer, il estime absolument certain que les ventes de voitures de luxe vont revenir aux niveaux connus avant la crise. Il voit même son entreprise vendre plus de 1,6 million d'unités en 2012 et 1,8 million en 2014 contre 1,4 million seulement l'an dernier. La



crise est-elle terminée? Il faut en tout cas se préparer au redémarrage.

**Au premier semestre, les ventes totales de l'industrie du luxe ont reculé, en moyenne de 20%.**

Le déstockage massif et les prix bradés ont été le lot de ces derniers mois. Ils ont permis d'éviter la catastrophe en soulageant les circuits de distribution encombrés de marchandise et en permettant aux détaillants de vendre plus rapidement ce qu'ils avaient en boutique. Reste qu'il faut maintenant proposer des produits originaux et de nouvelles offres qui ne donnent pas l'impression aux clients que le luxe a décidé de sacrifier ses

marges – et sa valeur d'exclusivité – pour l'éternité.

**Qui a gagné, qui a perdu?** Le luxe très haut de gamme et le luxe accessible sont clairement les segments les plus résistants à la crise. Chez Saks Fifth Avenue, à New York, un bon indicateur vu que la crise a particulièrement sévi du côté des banquiers de Wall Street, ce sont les costumes les plus chers qui quittent les rayons. Ceux à 2000 dollars (faut-il le préciser, c'est le milieu de gamme) ne trouvent pas preneurs. Quant au patron de BMW, toujours lui, il vient d'annoncer le lancement de deux nouveaux modèles de la Mini qui seront produits en Angleterre. La marque rachetée par le groupe allemand dans les années 1990 incarne à la perfection le luxe accessible. Le «masstige», ou prestige pour la masse, souvent décrié par les marques traditionnelles a finalement gagné ses lettres de noblesse. C'est une des leçons inattendues de la crise.

STÉPHANE BENOIT-GODET  
RÉDACTEUR EN CHEF

## À NOS LECTEURS

Nuit  
des  
Bains

Judi 17  
septembre  
2009

de 18 h 00  
à 21 h 00.



### Bilan et le quartier des Bains à Genève

■ La rentrée dans le monde de l'art contemporain à Genève démarre avec la Nuit des Bains. Elle aura lieu le jeudi 17 septembre. Douze galeries, 2 institutions dédiées à l'art contemporain, un foisonnement d'espaces consacrés à la culture, le quartier des Bains s'anime trois fois par année et offre au public toujours plus nombreux une soirée vivante à découvrir.

### LA CITATION

 Pense  
comme  
un  
stratège, agit  
comme  
un animal.

— FRANÇOIS PINAULT  
LE CONSEIL DU PÈRE À SON FILS  
FRANÇOIS-HENRI LORSQUE  
CE DERNIER A REPRIS LE GROUPE  
PPR (GUCCI, YVES SAINT LAURENT,  
BOTTEGA VENETA, ETC.)