

Communiqué de presse

Zurich/Genève, le 21 mai 2018

Les ventes de produits de luxe remontent la pente – les entreprises suisses se remettent des difficultés de l'exercice 2016

Les 100 principaux fabricants de produits de luxe à l'échelle globale ont enregistré un chiffre d'affaires de 217 milliards de dollars US en 2016, mais accusent un ralentissement de croissance par rapport aux années précédentes. Selon l'étude annuelle [Global Powers of Luxury Goods](#), publiée par Deloitte, le taux de croissance moyen est de 1%, ce qui équivaut à un recul de 6 points par rapport à l'année précédente. La Suisse demeure l'un des marchés de produits de luxe les plus performants, comptant trois sociétés parmi le top 12 – se distinguant en particulier par son horlogerie haut de gamme. Les trois principales entreprises suisses ont toutefois reculé chacune d'une place dans le classement, notamment en raison de la force du franc suisse et de la baisse du tourisme. Afin de s'affirmer dans un environnement en mutation permanente et sur les nouveaux marchés, les acteurs du luxe se concentrent davantage sur la connectivité numérique, l'augmentation des consommateurs mobiles et les modèles d'affaires percutants.

Le nouveau rapport examine et classe les 100 plus grandes entreprises mondiales du luxe, sur la base des données publiques sur le chiffre d'affaires consolidé des produits de luxe au cours de l'exercice 2016 (que nous définissons comme l'exercice clos dans les 12 mois jusqu'au 30 juin 2017). Il examine également les principales tendances qui animent le marché du luxe et fournit des perspectives sur l'économie mondiale.

Les 100 principaux fabricants de produits de luxe à l'échelle globale ont enregistré un chiffre d'affaires de 217 milliards de dollars US en 2016, ce qui équivaut à une faible croissance de seulement 5 milliards de dollars US (1%) par rapport à l'année précédente¹. L'industrie se distingue par une forte concentration économique, les dix plus grandes entreprises générant 47% du chiffre d'affaires total des 100 sociétés classées. Les top cinq des acteurs de l'industrie de la mode et du luxe – LVMH, Estée Lauder, Richemont, Luxottica et Kering – conservent leur position en tête de classement.

« Bien que nous ayons assisté à une baisse de la croissance du marché des produits de luxe ces dernières années, l'exercice 2016 semble marquer la fin de la récession pour la plupart des sociétés. Et la croissance dans l'industrie du luxe devrait perdurer, contrairement à bon nombre d'autres secteurs », explique Karine Szegedi, Associée et Responsable secteur Fashion & Luxury chez Deloitte Suisse. « L'essence du luxe connaît une évolution, passant du pur aspect physique au facteur d'expérience, soit l'état d'esprit que déclenche le luxe. Cependant, la qualité premium demeure un objet de désir incontournable et les consommateurs sont toujours aussi friands de savoir-faire artisanal et d'articles fabriqués à la main. »

Marché suisse dominé par Richemont, Swatch et Rolex

Le top 100 compte neuf entreprises suisses cette année. Les ventes suisses de produits de luxe restent dominées par Richemont, Swatch et Rolex, qui totalisent 87% du chiffre d'affaires sur ce marché en 2016 pour l'ensemble des neuf sociétés suisses du top 100.




Les trois géants suisses du luxe, enregistrant des ventes supérieures à 5 milliards de dollars US, ont perdu chacun une place au classement général en raison de la chute des ventes. Richemont détient désormais la 3^e place, Swatch Group a été dépassé par L'Oréal et figure à la 7^e place, tandis que Rolex est tombé à la 12^e place.

¹ Cette croissance de 1,0% sur une année se fonde sur le volume des ventes de détail, cumulé et ajusté en fonction de la devise, généré par le groupe des 100 principales entreprises durant l'exercice 2016. Ajusté en fonction des fluctuations des taux de change entre les exercices 2015 et 2016, ce taux de croissance représente ainsi la croissance réelle.

« Les entreprises suisses de produits de luxe réalisent une grande partie de leurs ventes à l'international. Elles ont donc continué à ressentir l'impact du franc fort ainsi que la baisse du tourisme en Suisse et en Europe. Mais au vu de l'affaiblissement du franc suisse, de l'amélioration du climat macro-économique, du passage des entreprises suisses aux technologies numériques et des modèles d'affaires plus agiles, nous envisageons les prochaines années avec optimisme. », ajouté Karine Szegedi.

Ces tendances sont corroborées par les chiffres de vente positifs et la croissance des marges opérationnelles dont ont fait état Swatch à la fin janvier 2018 pour l'exercice 2017 et Richemont, vendredi dernier, pour l'exercice qui a pris fin le 31 mars 2018.

Globalement, le rapport montre que si les sociétés suisses ont certes accusé un faible résultat cumulé de ventes de produits de luxe en 2016, avec une baisse de 5,1% suivant une hausse de 3,6% au cours de la période précédente, l'horloger suisse Richard Mille a quant à lui enregistré une impressionnante hausse des ventes de 21,6% en 2016, une croissance à deux chiffres pour la deuxième fois consécutive.

Country profiles	Number of companies	Average size of companies by luxury goods sales (US\$m)	FY2016 Luxury goods sales growth	Share of top 100 luxury goods sales
 China	9	\$1,928	-9.4%	8.0%
 France	9	\$5,843	5.8%	24.3%
 Germany	5	\$886	-4.3%	2.0%
 Italy	24	\$1,409	1.0%	15.6%
 Spain	4	\$741	6.2%	1.4%
 Switzerland	9	\$3,138	-5.1%	13.0%
 United Kingdom	10	\$1,126	3.2%	5.2%
 United States	13	\$3,351	1.7%	20.1%
Other countries	17	\$1,351	5.8%	10.3%

Results reflect Top 100 companies headquartered in each country.
Source: Deloitte analysis of published company data and industry estimates.

La Suisse fait la part belle aux montres

Au même titre que l'Italie est le leader mondial de la mode, la Suisse détient le monopole en matière d'horlogerie de luxe, avec huit entreprises horlogères parmi les neuf enseignes suisses du top 100. L'impact de leurs marques se mesure dans les vitrines des joailliers ainsi que leur présence chez les autres distributeurs de montres de luxe dans le monde, voire dans leur propre réseau de boutiques, en plein essor. L'entreprise de produits de luxe divers Richemont, par exemple, génère près de 30% de son chiffre d'affaires grâce à son portfolio de marques de montres de luxe telles que Vacheron Constantin ou Jaeger-LeCoultre.

« L'industrie suisse du luxe, et l'horlogerie en particulier, ont à nouveau le vent en poupe. La ténacité des sociétés suisses de produits de luxe est due à leur positionnement dans l'horlogerie haut de gamme ainsi qu'à la stratégie qui consiste à non seulement s'implanter dans la plupart des régions géographiques, mais également dans le marché en ligne, via les plateformes d'e-commerce. Les barrières à l'entrée résultant de l'héritage de la marque ainsi que de la supériorité de l'horlogerie suisse de luxe en termes de technologie et de design sont très difficiles à surmonter », souligne Karine Szegedi.

Entreprises leaders de produits de luxe dans le monde

FY2016 Luxury goods sales ranking	FY2015 Luxury goods sales ranking	Company name	Selection of Luxury Brands	Country of origin	FY2016 Luxury goods sales (US\$ m)	FY2016 Luxury goods sales growth*
1 ↔	1	LVMH Moët Hennessy- Louis Vuitton SE	Louis Vuitton, Fendi, Bulgari, Loro Piana, Emilio Pucci, Acqua di Parma, Loewe, Marc Jacobs, TAG Heuer, Benefit Cosmetics	France	23,447	5.0%
2 ↑	3	The Estée Lauder Companies Inc.	Estée Lauder, M.A.C., Aramis, Clinique, Aveda, Jo Malone; Licensed fragrance brands	US	11,824	5.0%
3 ↓	2	Compagnie Financière Richemont SA	Cartier, Van Cleef & Arpels, Montblanc, Jaeger-LeCoultre, Vacheron Constantin, IWC, Piaget, Chloé, Officine Panerai	Switzerland	11,677	-3.9%
4 ↔	4	Luxottica Group SpA	Ray-Ban, Oakley, Vogue Eyewear, Persol, Oliver Peoples; Licensed eyewear brands	Italy	10,051	2.8%
5 ↔	5	Kering SA	Gucci, Bottega Veneta, Saint Laurent, Balenciaga, Brioni, Sergio Rossi, Pomellato, Girard-Perregaux, Ulysse Nardin	France	9,369	7.7%
6 ↑	7	L'Oréal Luxe	Lancôme, Biotherm, Helena Rubinstein, Urban Decay, Kiehl's; Licensed brands	France	8,476 e	6.0%
7 ↓	6	The Swatch Group Ltd.	Omega, Longines, Breguet, Harry Winston, Rado, Blancpain; Licensed watch brands	Switzerland	7,413	-10.7%
8 ↔	8	Ralph Lauren Corporation	Ralph Lauren, Polo Ralph Lauren, Purple Label, Double RL, Club Monaco	US	6,653	10.2%
9 ↑	10	PVH Corp.	Calvin Klein, Tommy Hilfiger	US	6,646	5.6%
10 ↓	9	Chow Tai Fook Jewellery Group Limited	Chow Tai Fook, CHOW TAI FOOK T MARK, Hearts on Fire	Hong Kong SAR	6,604	-9.4%
11 ↑	12	Hermès International SCA	Hermès, John Lobb	France	5,755	7.5%
12 ↓	11	Rolex SA	Rolex, Tudor	Switzerland	5,379 e	-3.6%
45 ↓	40	Patek Philippe SA	Patek Philippe	Switzerland	1,192 e	-1.3%e
51 ↓	50	Audemars Piguet & Cie	Audemars Piguet	Switzerland	888 e	6.7%e
53 ↓	49	Le Petit-Fils de L.-U. Chopard & Cie SA	Chopard	Switzerland	771 e	-5.0%e
73 ↓	71	Breitling SA	Breitling	Switzerland	424 e	1.7%e
86 ↓	80	Franck Muller Group	Franck Muller	Switzerland	269 e	-7.0%e
96 ↑	97	Richard Mille SA	Richard Mille	Switzerland	228	21.6%

Source: données d'entreprises publiées et estimations de l'industrie (e = estimation)

* Taux de croissance composites des ventes du top 100, pondérés en fonction des ventes et ajustés en fonction de la devise.

Répartition géographique: l'Italie et la France en tête de peloton

Une fois encore, l'Italie est le premier pays du classement en termes de nombre d'entreprises, tandis que la France est la championne des ventes, suivie des USA et de la Suisse. Ensemble, la Chine, la France, l'Allemagne, l'Italie, l'Espagne, la Suisse, la Grande-Bretagne et les USA représentent 83% des entreprises de produits de luxe du top 100, cumulant 90% du chiffre d'affaires du top 100.

Marchés et besoins des clients en mutation permanente

L'industrie des produits de luxe a connu de profonds changements au cours des deux dernières décennies. Variation des tendances économiques, transformation numérique soutenue et évolution des préférences et des goûts des consommateurs engendrent un nouveau paysage concurrentiel où les stratégies traditionnelles sont menacées. L'importance croissante des marchés non-occidentaux pour l'industrie des produits de luxe est le fait du leadership en gestion de la chaîne d'approvisionnement, de l'innovation technologique, des investissements internationaux ainsi que de l'adaptation à l'évolution démographique. Ces facteurs contribueront à perpétuer la forte croissance dans ces marchés géographiques.

Face au changement constant des préférences, à l'impact croissant des générations plus jeunes et à l'utilisation des plateformes mobiles, l'aptitude à passer sans effort d'un canal à l'autre est devenue essentielle pour les marques de luxe. Si elles peinent à implémenter des réseaux de distribution numériques, elles risquent d'être laissées pour compte.

– FIN –

Contact: Karine Szegedi
Fonction: Associée, Responsable secteur Fashion & Luxury
Tél.: +41 58 279 82 58
E-mail: kszegedi@deloitte.ch

Contact: Krystina Koch
Fonction: Responsable Communication Suisse
Tél.: +41 58 279 65 07
E-mail: kkoch@deloitte.ch

Au sujet de l'étude Global Powers of Luxury Goods

L'étude Global Powers of Luxury Goods identifie les 100 plus grandes entreprises de produits de luxe du monde, sur la base de données publiquement disponibles, et les analyse sous différents angles. Elle examine en outre les tendances de l'industrie ainsi que les conditions économiques globales. Tous les détails de l'étude Global Powers of Luxury Goods sont disponibles [ici](#).

Deloitte Suisse

Deloitte compte parmi les principales sociétés suisses fournissant des services professionnels dans les domaines Audit & Assurance, Consulting, Financial Advisory, Risk Advisory et Tax & Legal. Avec plus de 1'800 collaborateurs répartis dans les villes de Bâle, Berne, Genève, Lausanne, Lugano et Zurich (siège), Deloitte propose ses services à des entreprises et des institutions de toutes formes juridiques et de toutes tailles, et opérant dans tous les secteurs d'activité. Deloitte Suisse est une filiale de Deloitte North West Europe, société affiliée de Deloitte Touche Tohmatsu Limited ('DTTL'). Les sociétés affiliées de DTTL sont représentées dans plus de 150 pays avec environ 264'000 collaborateurs.

Note aux rédacteurs

Dans le présent communiqué de presse, la désignation Deloitte fait référence à une ou plusieurs sociétés membres de Deloitte Touche Tohmatsu Limited ('DTTL'), une « UK private company limited by guarantee » (une société à responsabilité limitée de droit britannique). DTTL et son réseau de sociétés affiliées forment chacune une entité juridique indépendante et séparée.

Deloitte SA est une filiale de Deloitte NWE LLP, une société affiliée de DTTL. Deloitte NWE LLP et DTTL, en tant que telles, ne fournissent pas de services aux clients. Deloitte SA est une société d'audit agréée et surveillée par l'Autorité fédérale de surveillance en matière de révision (ASR) et par l'Autorité fédérale de surveillance des marchés financiers (FINMA). Pour une description détaillée de la structure juridique, veuillez consulter le site www.deloitte.com/ch/about.

© 2018 Deloitte SA. Tous droits réservés