



Brand Finance: Chanel dépasse Louis Vuitton dans le top 50 des marques de luxe les plus valorisées

Les maisons de mode française dominent cette année encore le classement mondial des marques de luxe et de haut de gamme les plus valorisées de Brand Finance. Le constructeur automobile allemand Porsche conserve la première place, mais il est talonné désormais par les griffes tricolores. A commencer par Chanel, qui se hisse à la deuxième place et dépasse Louis Vuitton, enregistrant la croissance la plus importante en 2025. De son côté, Dior s'impose comme la marque la plus forte.

Chanel a enregistré la plus forte croissance de valeur de marque en 2025 - ©Launchmetrics/spotlight

Dans l'ensemble, la valeur agrégée de ce top 50 luxury & premium atteint 317 milliards de dollars en valeur de marque, dont la moitié (49%), soit 154,4 milliards, est obtenue par l'ensemble des griffes françaises. L'Italie est le deuxième contributeur, à hauteur de 57,6 milliards de dollars, soit un poids trois fois moins important. Le secteur de l'habillement domine le classement avec 32 marques, contribuant à hauteur de 221 milliards de dollars, soit 70% de sa valeur totale.

Porsche reste en tête pour la huitième année consécutive, malgré une baisse de sa valeur de marque de près de 5% à 41,1 milliards de dollars, tandis que celle de Chanel bondit de plus de 45% à 37,9 milliards de dollars et celle de Louis Vuitton (LVMH) ne progresse que de 2,1% (32,9 milliards). Le groupe automobile, qui a pâti d'une demande plus faible en Chine et en Europe, compense grâce aux notes élevées obtenues en termes de fiabilité, de réputation et d'acceptation des prix de la part de la clientèle.

Chanel gagne également une place dans le classement des marques les plus fortes, passant de la 5e à la 4e avec un indice de 89,6 sur 100. "En France, la marque a notamment obtenu la note parfaite de 10 pour la notoriété, la considération et la satisfaction de la part du client, démontrant ainsi une forte résonance locale et fidélité des consommateurs. La marque excelle dans la plupart des indicateurs de recherche sur tous les principaux marchés, notamment l'Europe, les États-Unis et l'Asie, ce qui témoigne de sa forte reconnaissance internationale et de sa prestigieuse réputation", note dans son rapport le cabinet de conseil londonien.

L'année dernière, la maison française a mis en œuvre plusieurs mesures stratégiques pour renforcer sa notoriété et sa domination sur le marché, dont l'ouverture d'une boutique dédiée à la joaillerie haut de gamme à New York. Elle a aussi nommé Matthieu Blazy à sa direction artistique dans le but d'apporter un nouveau souffle innovant à ses collections. Des actions vouées à étendre sa présence mondiale auprès d'une base de consommateurs plus large, tout en consolidant son leadership dans le marché haut de gamme.

Le top 10 des marques de luxe les plus valorisées - Brand Finance - DR

Le podium Porsche, Chanel, Louis Vuitton est suivi d'Hermès, qui garde la 4e place, Rolex, qui se hisse de deux positions, Dior, qui se maintient au sixième rang, Cartier (Richemont) et Ferrari, qui grimpent chacune d'un gradin, Gucci (Kering) qui chute de la 5e à la 9e position avec une valeur de marque en recul de 23,6% et Guerlain (LVMH), qui entre dans le top 10 grâce à une progression de sa valeur de marque de 23%, rétrogradant Tiffany & Co. (LVMH) au 11e rang.



Concernant le classement des marques les plus fortes, il est dominé par Dior, qui s'envole de la 4e à la 1e place en 2025 devenant la marque de luxe et haut de gamme la plus forte avec un score IFM (Indice de Force de Marque) de 93,5 sur 100. Ce score permet également à la maison phare de LVMH d'intégrer le top 10 des marques mondiales les plus fortes parmi les 500 marques les plus valorisées au monde en 2025.

Selon l'étude de Brand Finance, Dior a enregistré cette performance grâce à une amélioration notable de sa notoriété et de sa réputation dans plusieurs régions, en particulier aux États-Unis. La maison, qui est désormais reconnue comme la marque de luxe la plus populaire en ligne, a obtenu également d'excellents scores de considération et de recommandation en Europe et aux États-Unis.

Pour arriver à ce classement, Brand Finance établit d'abord la force de chaque marque, en utilisant une carte de score entre différentes mesures, qui évaluent l'investissement en termes de produits, prix, distribution, communication et marketing, l'image de la marque auprès des clients, des collaborateurs et analystes financiers, et la performance de l'activité (volumes, chiffre d'affaires, capacité à fidéliser). A partir de ce premier classement des "marques les plus fortes", il applique ce score de "force de marque" aux taux de royalties de la marque selon son secteur d'activité, qu'il combine ensuite à ses revenus prévisionnels pour dériver "la valeur de marque" et établir le classement des "marques les plus valorisées".

Le top 10 des marques les plus fortes - Brand Finance - DR

"De 2019 à 2024, le secteur du luxe et du haut de gamme a connu une importante création de valeur, avec une augmentation de 43% de la valeur des 50 principales marques mondiales. En 2025, cette dynamique s'est poursuivie, atteignant un record de 317 milliards de dollars", commente Bertrand Chovet, directeur général de Brand Finance France, qui souligne toutefois l'évolution d'un secteur "en pleine mutation".

"La croissance devrait ralentir, et les marques doivent désormais s'adapter à l'évolution des préférences des consommateurs, qui privilégient des expériences premium comme le voyage ou les moments sociaux marquants, plutôt que les biens matériels. L'époque facilitant les hausses de prix faciles du fait d'une demande soutenue est révolue. Les marques de luxe doivent évoluer pour rester pertinentes", conclut-il.

Jusqu'ici la dynamique est restée positive grâce "à un appétit soutenu pour les produits de luxe, à une offre abondante et à des hausses de prix stratégiques", indique l'étude. Sur cette même période de cinq ans, les marques luxe et premium ont enregistré une performance supérieure à celle de l'ensemble des marchés mondiaux, avec un taux de croissance annuel moyen de 5%, selon le cabinet McKinsey. Mais ce scénario est en train de changer radicalement.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés.
© 2025 FashionNetwork.com

