



Le marché mondial du luxe risque d'affronter en 2025 ses pires turbulences en 15 ans

(), (AFP) -

Le marché mondial du luxe devrait connaître un ralentissement en 2025, pénalisé par le contexte géopolitique et les incertitudes économiques, avec le risque de connaître ses pires turbulences depuis 15 ans, mais les perspectives à long terme restent positives, selon une étude du cabinet de conseil Bain and Company.

Les ventes du luxe, "sensibles à l'incertitude, sont soumises à une pression croissante, la confiance des consommateurs de luxe se trouvant entamée par les bouleversements économiques, les tensions géopolitiques et commerciales, les fluctuations monétaires et la volatilité des marchés financiers", prévient cette étude publiée jeudi.

Pour les auteurs de cette étude réalisée en partenariat avec la Fondation Altagamma, qui réunit les grands noms du luxe italien, ces vents contraires pourraient bien être les plus forts auxquels l'industrie est confrontée depuis 15 ans.

La Chine et les Etats-Unis, marchés les plus importants pour le secteur, connaissent une baisse de la demande, causée aux Etats-Unis par les fluctuations liées aux tarifs douaniers et en Chine et par l'attitude attentiste de la classe moyenne, estime l'étude.

"Nous sommes dans une période assez inhabituelle en matière de turbulence et de volatilité, que ce soit économique, géopolitique, etc. La dépense de luxe dans le monde a beaucoup crû à la sortie du Covid (...) on voit aujourd'hui un retour à la normale", souligne auprès de l'AFP Joëlle de Montgolfier, directrice du pôle luxe chez Bain and Company.

"Il continue à y avoir un appétit de luxe dans le monde, on n'est pas sur un marché qui s'effondre, très loin de là", nuance-t-elle.

- De -2% à -5% -

Après 1.478 milliards d'euros en 2024, le développement de ce marché pourrait ralentir cette année, et notamment les ventes d'articles de luxe personnels (mode et maroquinerie, joaillerie, horlogerie), qui représentent environ un quart du total et pourraient reculer de 2 à 5% "selon le scénario le plus probable".

"On avait une perspective relativement positive au dernier trimestre 2024, et malheureusement, le début 2025 est ressorti en baisse", détaille Joëlle de Montgolfier, parlant de "normalisation du marché".

L'étude envisage deux autres scénarios, jugés moins probables, l'un, optimiste, qui verrait les ventes évoluer entre -2 et +2%, et l'autre, pessimiste, avec une chute de la demande et en conséquence des ventes qui diminueraient de 5 à 9%.

"On est dans une grande phase de doute sur la valeur ajoutée du luxe, sa désirabilité, sa capacité à convaincre les clients qu'il est au juste prix pour ce qu'il offre. Et le luxe lui-même (les groupes du secteur, NDLR) a quelques doutes quand on voit ce jeu de chaises musicales des directions créatives", analyse Joëlle de Montgolfier.

Ces derniers mois, plusieurs grandes maisons ont en effet changé de direction artistique, avec l'arrivée de Matthieu Blazy chez Chanel, de Jonathan Anderson chez Dior, de Demna chez Gucci...

"Chacun sait qu'il doit se renouveler un peu, réintroduire de la nouveauté, de l'innovation, etc. Mais en même temps, maintenant qu'on a fait tourner tout le monde, on ne sait pas trop à quel degré de renouvellement on va se retrouver", souligne Joëlle de Montgolfier.

"Le temps que tous les directeurs créatifs et artistiques soient en place, commencent à produire leur première collection... ce n'est sans doute pas sur l'exercice 2025 qu'on verra la matérialisation de ces efforts et leur conversion en termes de croissance", estime-t-elle.

A long terme, l'étude de Bain and Company/Altagamma estime que "les fondamentaux et les perspectives restent bonnes", faisant valoir que sur les cinq prochaines années, plus de 300 millions de nouveaux consommateurs, dont la moitié issus des générations Z (nées entre la fin des années 1990 et début 2010) et Alpha (nés après 2010), vont arriver sur le marché.



Combinés à une hausse des revenus mondiaux et aux transferts de patrimoine entre générations, la clientèle potentielle du luxe devrait croître, conclut Bain and Company.

Afp le 19 juin 25 à 11 55.

