

Produits de luxe : la reprise, ce ne sera pas avant 2023

Il faudra attendre 2023 pour que la rentabilité sur le marché du luxe revienne à son niveau de 2019, estiment les économistes d'IG. Si la crise sanitaire a détourné certains habitués des produits de luxe, 60 millions d'autres devraient venir grossir les rangs d'ici 2023.

L'épidémie de Covid-19, un frein considérable pour le marché du luxe

Sur le marché du luxe, l'épidémie de Covid-19 a eu pour conséquence une baisse significative des ventes. En 2020, le marché mondial des produits de luxe a chuté de près de 25%, pour se stabiliser à 217 milliards d'euros. Il faut remonter à 2009 pour trouver une année de ventes aussi basses, apprend-on d'une étude d'IG.

Toutes les catégories du luxe (la maroquinerie, la mode, la joaillerie, les parfums et les cosmétiques) ont connu une baisse des ventes et ce, sur l'ensemble des principaux marchés. L'Europe a été le marché le plus touché par la crise, avec un recul de 29%, suivi de l'Amérique du Nord (-22%). Le marché asiatique s'en tire mieux, avec une baisse de 5% seulement. Les ventes de vêtements de luxe ont été particulièrement impactées avec une baisse de plus de 30%, les consommateurs s'étant reportés sur des marques moins haut de gamme. Et s'il y a un sous-secteur qui a souffert considérablement en 2020, c'est sans aucun doute l'horlogerie, les ventes dans ce secteur se passant quasi-exclusivement dans des boutiques physiques.

Secteur du luxe : une reprise complète est attendue d'ici 2025

D'après cette étude, sur le marché du luxe, il faudra attendre 2022 ou 2023 pour retrouver une rentabilité similaire à celle de 2019. Dans un deuxième temps, un retour complet à la normale est attendu d'ici 2025. À cette date, le marché du luxe devrait compter plus de 450 millions de consommateurs à travers le monde, soit autant qu'en 2019 et 60 millions de plus par rapport à 2021. Il est d'ailleurs estimé qu'à cet horizon, près de la moitié des ventes de luxe dans le monde seront réalisées par des consommateurs chinois.

Dans une certaine mesure, les ventes devraient être dopées par l'e-commerce. Longtemps réticent à se lancer dans les ventes en ligne, prétextant que l'expérience du luxe est caractérisée par la rareté, le raffinement et l'exception, au cours de l'année 2020, les sociétés du secteur se sont aventurées petit à petit sur ce terrain. Après 33 milliards d'euros en 2019, les ventes en ligne ont grimpé à 49 milliards d'euros en 2020. Et selon les prévisions des économistes d'IG, d'ici 2025, ce canal de ventes pourrait même devenir majoritaire.