



Secteur **LUXE**



SYNTHÈSE



7 POINTS CLÉS

de notre analyse sur le secteur du luxe

1 Une forte croissance

Le secteur du luxe a connu une croissance de près de **80%** entre 2000 et 2020, qui s'est encore accélérée depuis, atteignant **1500 milliards d'euros** de revenus en 2023 [1]. C'est particulièrement le cas en **France**, les principales entreprises du pays réalisant près de **25%** des ventes mondiales [2]. La France est également un des principaux exportateurs mondiaux de biens de luxe, avec 72,8 milliards d'exportations en 2023 [3].

2 D'importantes marges financières

29,5% de rentabilité opérationnelle courante en 2023 pour les quatre plus grandes entreprises du secteur [4]. Le luxe est un secteur prospère économiquement et bénéficiant de marges financières importantes, ce qui devrait permettre à ses entreprises de **réduire considérablement leur impact**.

3 Une transition écologique entamée mais largement insuffisante

Contrairement aux entreprises de la mode, les entreprises du luxe ont entamé une transition écologique, avec quelques actions visant à **réduire leur impact**. Toutefois, ces actions demeurent **insuffisantes** face à la crise écologique et les entreprises du luxe demeurent dans une **logique de forte croissance et d'incitation à la surconsommation**.

4 Un pouvoir d'influence certain

Ces entreprises disposent d'un pouvoir d'influence et de communication très important qui pourrait être utilisé pour intégrer les enjeux environnementaux dans les imaginaires et rendre les **modes de vie sobres désirables**.

6 Vers une économie d'usage

L'influence du luxe pourrait permettre de basculer vers une **économie d'usage plutôt que de la possession**. Il s'agirait de voir ces produits comme des biens de valeur, **durables et réparables** et non plus comme des objets jetables.

5 Des savoir-faires artisanaux

Le secteur du luxe dispose de **savoir-faires artisanaux** devant être valorisés et qu'il serait intéressant d'appliquer à d'autres secteurs tels que la mode.

7 L'utilité sociétale du luxe en question

Les entreprises ne remettent pour le moment pas en question l'**utilité sociétale du luxe**, alors que le secteur ne nous **paraît pas être primordial** dans un monde où nous tentons de limiter le réchauffement de la température terrestre à 2 °C.

[1] Etude Bain & fondation Altagamma "Luxury Goods Market Study"

[2] Classement Deloitte, Global Powers of Luxury Goods

[3] Rapport annuel du commerce extérieur de la France, p.12

[4] Moyenne des rentabilités opérationnelles courantes de Kering, LVMH, Hermès et Richemont en 2023

Présentation du secteur et de ses acteurs

Le secteur du luxe est composé d'entreprises souvent regroupées dans de grands groupes familiaux (souvent cotés en bourse). Les groupes de luxe se distinguent par un taux de profitabilité extrêmement élevé, et des chiffres d'affaires souvent inférieurs à ceux des entreprises de mode ou de fast fashion. A titre d'exemple, si on rapporte le bénéfice net au chiffre d'affaires, LVMH affiche un pourcentage exceptionnellement élevé de 17,79 % en 2022. Les taux de marge des groupes de luxe semblent s'accroître d'année en année [1].

Le marché du luxe est caractérisé par un nombre réduit d'acteurs. Trois grands groupes sont particulièrement présents sur ce marché : LVMH, Kering et Richemont. Ces entreprises regroupent ensuite des marques de plus petite taille. Parmi ces acteurs, la France est particulièrement présente avec un quart des ventes mondiales du secteur réalisées par des entreprises françaises.

Les entreprises du luxe ont des secteurs d'activité variés: vêtements, accessoires de mode, cosmétique, parfums, vins et spiritueux, joaillerie, etc. On observe également un pan du secteur tourné sur les "expériences" plus que sur la consommation d'objets avec l'hôtellerie, le tourisme, la restauration.

On assiste à une croissance importante du secteur depuis deux décennies. En 2023, le marché global du luxe a atteint 1 500 milliards d'euros de revenus et selon une étude de Bain, cette croissance devrait encore continuer avec un taux compris entre 4 et 8% en 2024 [2].

Prise en compte des enjeux environnementaux par les entreprises du luxe

Contrairement aux entreprises de mode ou de fast fashion, à l'impact environnemental souvent décrié par les associations, les groupes du luxe, soucieux de leur image et forts de marges financières importantes dégagées, affichent des ambitions claires en termes d'écologie. Si les annonces faites par les entreprises doivent être prises avec du recul et en tenant compte d'une faible intégration des limites planétaires par ces mêmes groupes, elles sont néanmoins la preuve d'une prise de conscience globale des acteurs du secteur.

De manière globale, les entreprises interrogées ont conscience de leurs impacts négatifs sur l'environnement bien que ceux-ci ne soient pas tous quantifiés. Toutes ces entreprises ont une stratégie définie de réduction de leur empreinte environnementale. Leurs ambitions se traduisent selon différents volets environnementaux: objectifs clairs de réduction des émissions de CO2, choix

[1] Ichevalier, M. & Mazzalovo, G. (2015). Chapitre 2. Les particularités de l'industrie du luxe. Dans : , M. Chevalier & G. Mazzalovo (Dir), Management et Marketing du Luxe (pp. 41-70). Paris: Dunod.

[2] [En 2022, le secteur du luxe fait un bond spectaculaire et se prépare à rester en croissance en dépit des perturbations économiques](#) | Bain & Company

plus responsables des matières premières utilisées et efforts sur le sourcing de celles-ci, meilleure traçabilité des produits. Les entreprises font également des progrès en termes de circularité et de réparabilité, du fait de leur forte valeur monétaire. Il existe toutefois de fortes disparités entre les entreprises du luxe, sur les promesses faites, le périmètre des actions entreprises, et les moyens mis sur la table pour réellement transformer le secteur.

Aucune des entreprises interrogées ne remet en question l'utilité sociale du luxe et ne questionne leur business model, qui nous semble pourtant, en l'état actuel, incompatible avec un réchauffement terrestre inférieur à 2°C. En effet, leurs incitations permanentes à la consommation et leur logique de forte croissance ne sont pas remises en question.

Un accent doit être mis sur la formation aux enjeux environnementaux à la fois parmi les collaborateurs du secteur et dans les écoles. En effet, nous avons identifié la liberté créative des designers comme un des blocages à la transition, dans la mesure où les directrices et directeurs artistiques sont libres de proposer des collections qui ne soient pas en cohérence avec les crises climatiques actuelles.

Quel rôle le luxe doit-il jouer dans la transition écologique?

Selon nous, le rôle principal du secteur du luxe réside dans sa capacité à influencer les consommateurs et à faire changer les imaginaires du grand public. Il est capital pour ces groupes d'orienter leurs budgets marketing dans le sens d'une plus grande attractivité des sujets de soutenabilité. Ce changement de communication devrait bien évidemment s'accompagner de réelles actions afin de ne pas tomber dans le fléau du greenwashing.

Il est du ressort du luxe de faire de la sobriété, de la durabilité ou encore de la réparabilité des futurs désirables pour nos modes de vie. Il convient alors de basculer vers une économie qui prônerait l'usage avant la possession et la consommation excessive. Pour cela, les entreprises doivent impérativement sortir d'une logique de consommation excessive et de surcroissance. Les valeurs de mise en valeur des savoir-faire artisanaux et locaux, l'usage de produits de qualité et l'économie de l'usage sont ce que nous devons retenir du secteur du luxe, à l'inverse d'une culture des produits jetables.

Dès lors, le secteur du luxe pourrait aller jusqu'à servir d'exemple au secteur de la mode complet. Le secteur du luxe et des cosmétiques pourrait en effet contribuer à réhausser la réglementation environnementale plus largement dans tout le secteur de la mode. Si des initiatives de plaidoyer ont vu le jour dans les deux secteurs, certains groupes gagneraient à contribuer à la hausse des normes, notamment environnementales de tout le secteur de la mode, des cosmétiques, et de tous les autres domaines dans lesquels le luxe existe aujourd'hui.

Recommandations pour le secteur

RECOMMANDATION N°1:

Amplifier les trajectoires de décarbonation des entreprises et des chaînes de valeur. Augmenter les moyens consacrés aux enjeux environnementaux dans l'entreprise, ne serait-ce que pour remplir les objectifs que les entreprises se sont elles-même fixés.

RECOMMANDATION N°2:

Dispenser un volume horaire de formation générale et spécifique obligatoire à tous les collaborateurs.

RECOMMANDATION N°3:

Passer à une économie de l'usage, et non une économie basée sur l'accumulation de biens matériels. Il conviendrait ainsi de développer une offre de location de certains biens, de reprise des articles que l'on ne porte plus, de réparation des produits abîmés, ou la possibilité d'upcycler certains anciens articles...

RECOMMANDATION N°4:

Interdire l'utilisation de certaines matières premières (notamment celles dont l'extraction ou le traitement nécessitent l'emploi de matières toxiques) en mettant en place des chartes de biodiversité et en planifiant la transition pour les filières concernées.

RECOMMANDATION N°5:

Mener un travail sur les imaginaires collectifs afin de rendre les enjeux de transition écologiques plus désirables.

RECOMMANDATION N°6:

Amorcer une réflexion sur l'utilité du secteur, qui impliquerait nécessairement une transformation profonde des produits vendus.



**POUR UN REVEIL
ÉCOLOGIQUE**

Collectif Pour un réveil écologique

Juillet 2024

www pour-un-reveil-ecologique.org

✉ contact@pour-un-reveil-ecologique.org

