

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