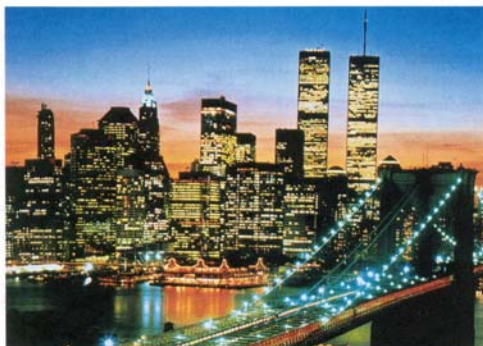


11 septembre >

La récession n'a pas eu lieu

Nous sommes dans une phase de reprise économique. 2002 connaîtra une accélération graduelle. La hausse significative interviendra certainement début 2003», a annoncé Stéphane Déo, analyste financier et directeur associé de la société de Bourse UBS Warburg, lors d'une conférence organisée par l'Association des professionnels du luxe sur l'impact des attentats du 11 septembre. Ces derniers n'auront finalement pas plongé l'économie mondiale dans la récession, fin 2001. «La consommation s'est maintenue en Europe et aux Etats-Unis. Les événements auront seulement repoussé de quatre mois la reprise perceptible en août dernier», a-t-il ajouté. En revanche, le Japon risque de rester encore quelques années en récession, amorcée bien avant et indépendamment des attentats. Le secteur du luxe devrait en pâtir même si de nouvelles clientèles (russes, chinoises et sud coréennes) apparaissent. Leur pouvoir d'achat est en effet inférieur à celui des Japonais. Comme l'a expliqué Jean-Michel Hallez, directeur des Galeries Lafayette Haussmann : «Il va falloir modifier notre assortiment au sein des marques et réorganiser nos linéaires. Par exemple, les Chinois sont de grands amateurs de



maquillage. Nous embauchons actuellement des conseillères de vente parlant le chinois. Nous avons orienté notre stratégie commerciale vers la Chine, la Russie et la Grande-Bretagne où le poids de la livre sur l'euro nous est favorable.» Le magasin parisien a accueilli 35% de Chinois supplémentaires sur les quatre derniers mois de 2001 par rapport à la même période en 2000, +25% de Sud Coréens, +20% de Russes, +20% d'Espagnols et +16% d'Anglais. A la même période, le CA réalisé habituellement par les Américains et les Japonais a chuté respectivement de 50% et de 40%. Sur 2001, le panier moyen d'un Américain a été de 250 €, celui d'un Japonais de 407 €. Concernant les achats effectués par les étrangers,

la beauté arrive en quatrième place après les accessoires, la mode féminine et masculine. Les Galeries Lafayette Haussmann ont terminé l'année 2001 à 762 M€ dont 39% réalisés avec les étrangers. «Les ventes étrangères ont progressé de 4% sur toute l'année 2001 alors qu'au seul mois d'août, nous étions à +14%. En ce début 2002, les Américains sont de retour. Mais il s'agit d'une autre clientèle, à pouvoir d'achat moins élevé, qui profite des prix compétitifs des tours opérateurs. Les ventes de produits de luxe pourraient en être affectées», a précisé Jean-Michel Hallez qui a clôturé en janvier à +6% en valeur par rapport à janvier 2001. Les soldes et le passage à l'euro ont fortement contribué à cette croissance.

M. L. T.