

Luxe : la troisième crise en dix ans

Après la guerre du Golfe et la crise asiatique, les événements du 11 septembre 2001 ont ouvert une nouvelle période de turbulences pour l'industrie du luxe, la troisième en dix ans. Même si le secteur avait déjà souffert du ralentissement économique américain dès le deuxième trimestre, les attentats de New York et de Washington ont contribué à dégrader très rapidement la situation. C'est ainsi que, en septembre dernier, les ventes de LVMH ont baissé de 15 % aux Etats-Unis, et de 4 % globalement tandis que, dans le même temps, le numéro deux du secteur, Richemont, voyait ses ventes reculer de 13 %.

L'onde de choc créée par les attentats ne s'est pas limitée au seul mois de septembre puisque, au quatrième

trimestre, les ventes de LVMH, Bulgari et Gucci ont accusé des baisses de, respectivement, 4 %, 5 % et 6 %.

Aujourd'hui, la conjoncture demeure incertaine et beaucoup d'experts tablent pour une amorce de rebond de l'économie mondiale au mieux au cours du second semestre 2002. Toutefois, comme le secteur du luxe est un « late cyclical », c'est-à-dire qu'il est corrélé à la croissance mondiale avec un léger temps de retard, il est vraisemblable qu'il n'enregistrera de reprise nette de son activité qu'à la fin de cette année, déclarait dernièrement Stéphane Déo, directeur associé chez UBS Warburg, au cours d'une conférence du « French Luxury Marketing Council ».

X. L.