



Cécile DESCLOS

Directrice d'études,
Les Echos Etudes
cdesclos@lesechos.fr

SECTEUR LUXE, MODE & BEAUTÉ

”

Entre transition durable et virage digital pour répondre aux exigences et nouveaux comportements d'achat des consommateurs, les lignes bougent pour les marchés du luxe, de la mode et de la beauté : montée en puissance du e-commerce, ultra-personnalisation de l'expérience s'appuyant sur les nouvelles technologies, développement de la seconde main et de la location, essor de la clean beauty...

Maisons de luxe, acteurs de la mode et de la beauté, DNVB, enseignes... : nos études vous donneront les clés pour décrypter vos marchés aujourd'hui et préparer vos business models de demain.

Découvrez nos nouveautés et trouvez le sujet adapté à vos enjeux.

UNE QUESTION ? UN COMMENTAIRE ?

RESTONS CONNECTÉS ET SUIVEZ L'ACTUALITÉ DE VOS MARCHÉS...



LUXE - MODE - BEAUTÉ : RÉENCHANTER L'ACTE D'ACHAT

DÉCEMBRE 2024

De la mise sur le marché à la visite en boutique, comment réinventer le plaisir de consommer et créer de nouvelles opportunités de croissance

Découvrez dans cette étude :

- **Le décryptage des attentes consommateurs et les défis** auxquels font face les acteurs du luxe, de la mode et de la beauté
- **Le panorama complet des leviers actionnables** : stratégies community centric (crowdfunding, cocréation, social selling, livestream shopping, ...), nouveaux modèles (précommande, clubs, souscription, ...), nouveaux services (garantie à vie, customisation/mass personnalisation, consigne, ...), nouveaux concepts de points de vente...
- **L'analyse de concepts inspirants et des best practices**, en France et à l'international



Sommaire



Contact

”

Positionner l'acte d'achat comme une parenthèse enchantée

Dans un contexte de tensions récurrentes sur le pouvoir d'achat dans le mass market et de désaffection de la clientèle aspirationnelle dans le luxe, le plaisir de consommer a laissé place à la déconsommation et aux arbitrages budgétaires. Si les marques et enseignes à petits prix bénéficient à plein de ce phénomène, les acteurs traditionnels doivent repenser et enrichir leur proposition de valeur pour desserrer la concurrence par les prix et réenchanter l'acte d'achat.

Quels sont les leviers plus pertinents selon les secteurs/niveaux de gamme ? Quelles sont les initiatives inspirantes et les best practices ? Au travers de ce deep dive, Les Echos Etudes vous livre ses recommandations.



PIXELFT

LesEchos
ÉTUDES

IA : LA RÉVOLUTION DU RETAIL

NOVEMBRE 2024

**Capitaliser sur le potentiel de l'IA
pour transformer l'expérience client
et optimiser l'efficacité opérationnelle**

Découvrez dans cette étude :

- **Un panorama des applications** de l'IA générative dans le retail
- **Des cas d'usage** dans les différents secteurs du retail
- **Les enseignes et e-commerçants les plus avancés** dans leur stratégie IA
- **Les opportunités à saisir avec l'IA** pour déployer des avantages concurrentiels et enrichir l'expérience client et les défis à relever



Sommaire



Contact



”

L'IA, game changer de l'expérience client

À l'instar d'autres secteurs, l'IA impacte le retail, secteur ultra-concurrentiel à la recherche de leviers de différenciation. Face aux nouvelles perspectives qu'elle ouvre pour stimuler la croissance, gagner en compétitivité, améliorer les relations clients, la transformation ne fait que commencer. Dès lors, il semble impératif pour les acteurs de ne pas manquer ce virage décisif en surmontant les nombreux défis sous-jacents.

Quels sont les cas d'usage dans les pratiques actuelles du retail pour quels objectifs ?

Quels sont les retailers et e-commerçants les plus avancés dans leur stratégie IA ?

Quels sont les opportunités de demain et les défis à relever ?

LE MARCHÉ FRANÇAIS DE LA DERMOCOSMÉTIQUE

OCTOBRE 2024

Tendances porteuses auprès des consommateurs, stratégies de croissance des marques et enseignes, perspectives à l'horizon 2028

Découvrez dans cette étude :

- **Les drivers de la croissance et les chiffres clés du marché** de la dermocosmétique
- **L'analyse détaillée** par catégorie (soins de la peau, capillaires, hygiène, maquillage, solaires, bébé-enfant)
- **L'analyse des circuits de distribution** : officines, parapharmacies et e-commerce
- **Le paysage concurrentiel et les stratégies de croissance** des acteurs positionnés sur le marché : laboratoires pharmaceutiques, acteurs de la beauté, acteurs du mass market, jeunes pousses...
- **Les grandes tendances** du marché et les perspectives à l'horizon 2028



Sommaire



Plaquette



Contact



”

L'eldorado du marché de la beauté

La dermocosmétique surperforme le marché de la beauté pris dans son ensemble. Elle répond à des attentes liées à la santé et au bien-être qui sont sorties renforcées par la crise sanitaire. Le marché est également porté par le dynamisme de ses circuits de distribution. La pharmacie profite de « l'effet blouse blanche » qui rassure le consommateur et d'une offre qui s'est considérablement enrichie ces dernières années.

Nouvelle destination beauté des consommateurs, la pharmacie est devenue « the place to be » pour certaines marques issues d'autres canaux de diffusion en perte de vitesse mais leur succès à l'officine reste conditionné à la maîtrise de ses codes spécifiques.

MARCHÉS DE L'OCCASION ET DE LA LOCATION

SEPTEMBRE 2024

**Comment les retailers s'adaptent et se transforment face aux nouvelles habitudes de consommation ?
Quels seront les modèles gagnants ?**

Découvrez dans cette étude :

- **Les intérêts stratégiques de ces nouvelles offres durables** pour les marques et enseignes du neuf de 9 secteurs clés (luxe, prêt-à-porter, équipement de la maison, jeux et jouets, articles de sport, high tech, produits culturels, bricolage-jardinage)
- **Les secteurs et les acteurs les plus avancés** dans le déploiement de ces nouvelles offres
- **Les ambitions des retailers** (GSA, enseignes spécialisées, grands magasins...) pour ces nouveaux services
- **Les différents modèles économiques** et modes de développement de ces nouveaux business



Sommaire



Plaquette



Contact

”

Nouvelle ère de consommation, nouveau paradigme pour les acteurs

À l'heure de la durabilité, de la sobriété et de la décarbonation, le rapport à la possession est en train de faire sa révolution entraînant dans son sillage une nécessaire réinvention des modèles pour le retail. Occasion et location s'ancrent en effet dans nos habitudes de consommation en permettant de concilier enjeux sociétaux et environnementaux et motivations économiques. Face à l'essor des plateformes C2C, les acteurs du neuf, marques comme enseignes, en ordre de bataille, se positionnent désormais en nombre sur ces nouvelles offres.

Dans cette étude, Les Echos Etudes vous livre son diagnostic et ses recommandations pour éclairer vos décisions.

LesEchos
ÉTUDES

LE NOUVEAU VISAGE DU MARCHÉ MONDIAL DE LA BIJOUTERIE-JOAILLERIE DE LUXE

MAI 2024

De l'accessoire à la haute joaillerie :
le bijou, nouvelle frontière du luxe

Découvrez dans cette étude :

- **L'intérêt stratégique** de la bijouterie-joaillerie pour les groupes et maisons de luxe
- **Tous les chiffres clés du marché** (valorisation exclusive Les Echos Etudes)
- **Le benchmark des stratégies** mises en œuvre par les maisons et de leurs performances commerciales
- **L'évolution du jeu concurrentiel** tandis que l'offre s'étoffe



Sommaire



Plaque



Extrait



Contact



”

Le bijou de luxe, de l'accessoire de mode au diadème

Porté par une forte demande, tant sur l'access que sur le prestige, le marché de la bijouterie-joaillerie de luxe se distingue par son dynamisme. Celui-ci dispose, par ailleurs, de très importants réservoirs de croissance eu égard au poids de l'offre non brandée, mais aussi à la sneakerisation du bijou devenu accessoire de mode. Dans ce contexte, les groupes et maisons investissent lourdement.

Parallèlement, l'offre s'étoffe et se structure : déjà présentes sur l'access, les maisons lifestyle montent en gamme tandis que de très nombreux acteurs de la joaillerie proposent désormais une offre d'entrée de gamme en-dessous de la barre symbolique des 1 000 euros.

LesEchos
ÉTUDES

LES OUTSIDERS DU LUXE

FÉVRIER 2024

Identifier les pépites, les cibles
et les challengers de demain

Découvrez dans cette étude :

- **Le benchmark des performances, les stratégies et les modèles de développement** de 25 maisons outsiders passées au crible au travers de monographies dédiées : jeunes pousses, belles endormies, maisons en phase de redéploiement
- **Les problématiques auxquelles ces maisons font face** sur un marché largement dominé par des leaders disposant d'une importante force de frappe financière et opérationnelle
- **Les leviers à actionner** afin de se faire durablement une place sur le marché du luxe



Sommaire



Plaquette



Extrait



Contact



”

Nouvelles pépites du luxe : comment exister face aux leaders

Les outsiders du luxe constituent un ensemble hétérogène, tant en termes de modèles de développement que de performances financières. Pour autant, Golden Goose, Jacquemus, Marine Serre dans le luxe ou encore Telfar dans le moyen/haut de gamme ont su se faire une place en s'imposant comme de véritables alternatives aux maisons établies. Têtes d'affiche, avec d'autres de ces outsiders, elles démontrent qu'il est possible d'exister en dehors des grands groupes.

Quels sont les enjeux auxquels font face ces maisons ?

Quels sont les modèles et initiatives rupturistes ou inspirantes ?

LesEchos
ÉTUDES

LES TERRITOIRES STRATÉGIQUES DU MARCHÉ MONDIAL DE LA BEAUTÉ

OCTOBRE 2023

Adresser les tendances phares et émergentes,
saisir les opportunités de croissance du marché

Découvrez dans cette étude :

- **Le décryptage complet** des relais de croissance du marché et des tendances à adresser
- **Les stratégies mises en place par les acteurs** pour y répondre
- **Tous les chiffres clés du marché mondial des parfums et cosmétiques** (poids économique, dynamique par zone géographique et par segment)
- **Le benchmark des performances financières** des acteurs de la beauté
- **L'analyse prospective** à l'horizon 2027



Sommaire



Plaquette



Extrait



Contact

”

Penser la beauté de demain

Le marché mondial de la beauté, toujours bien orienté, bénéficie de perspectives prometteuses. Sa dynamique sera alimentée par les relais de croissance du marché et les tendances phares et émergentes qui drivent la consommation et les innovations tant des acteurs historiques de la beauté que des indies brand, et préfigurent la beauté de demain.

Le champ d'action est large en termes d'opportunités de croissance, qu'il s'agisse des cibles de clientèles (GenZ, hommes, niches ultra-spécifiques), de tendances (beauté inclusive, clean beauty, beauty tech, microbiome cutané...), de zones géographiques et segments en pleine croissance (marché indien, dermocosmétique, parfums de niche...).



VICUSCHKA

LesEchos
ÉTUDES

LES NOUVEAUX TERRITOIRES STRATÉGIQUES DU LUXE

MARS 2023

Cibles à potentiel, nouveaux univers (hospitalité, gastronomie, maison...), nouveaux débouchés géographiques, matériaux de demain... Les acteurs du luxe élargissent leur champ d'action pour soutenir la croissance de demain

Découvrez dans cette étude :

- **Le décryptage complet et l'analyse du potentiel** des nouveaux territoires de développement du luxe et les stratégies mises en place par les acteurs
- **La valorisation exclusive Les Echos Etudes** du marché mondial du luxe au global, par segment de produits et par zone géographique
- **Le benchmark des performances financières** des acteurs du luxe (panel d'une trentaine de groupes et maisons)
- **L'analyse prospective** à l'horizon 2027



Sommaire



Plaquette



Extrait



Contact

”

Asseoir la croissance de demain

Le secteur du luxe conserve son statut de valeur refuge en démontrant une nouvelle fois sa forte capacité de résistance en temps de crise. Après le rebond exceptionnel en 2021, le luxe signe une très belle année 2022 et les performances des principaux groupes sont extrêmement satisfaisantes. Toutefois, dans un climat incertain, et à plus long terme, de nouveaux territoires stratégiques s'imposent plus que jamais aux acteurs du luxe que ce soit en termes cibles de clientèle, zones géographiques, matériaux, luxe expérientiel...

Quels sont les axes de développement prioritaires pour les groupes et maisons de luxe ?

Quels sont les acteurs les plus avancés sur ces nouveaux territoires et quelles sont les initiatives les plus inspirantes ?

LesEchos
ÉTUDES

VOUS SOUHAITEZ ALLER PLUS LOIN ? NOUS POUVONS VOUS ACCOMPAGNER !

**Votre contact pour tous vos projets
d'études personnalisées :**



Sabrina TIPHANEUX

Directrice adjointe

Les Echos Etudes

stiphaneaux@lesechos.fr

07 62 27 34 30



Vous souhaitez identifier de nouvelles opportunités d'affaires, évaluer le potentiel de votre marché, valider votre business plan, publier un livre blanc ?

Nous mettons à la disposition de vos projets d'études sur-mesure, l'ensemble de nos savoir-faire, notre parfaite maîtrise méthodologique, ainsi que nos outils d'investigations personnalisés (enquêtes usages et attitudes, interviews, desk research...) pour vous formuler une réponse entièrement adaptée à vos besoins.

Les Echos Etudes est le partenaire de votre croissance.

Alors, contactez-nous et étudions ensemble votre projet !



**Études et potentiel
de marché**



**Enquêtes, panels
et baromètres**



**Dispositif
de veille**

Les Echos

ÉTUDES

Filiale du Groupe Les Echos-Le Parisien, et partenaire des plus grandes entreprises françaises depuis plus de 35 ans, Les Echos Etudes est l'institut référent du monde économique. Données de marché, expertise sectorielle, tendances émergentes... Appuyez-vous sur l'expertise de nos consultants pour décrypter vos marchés.

VOS CONTACTS



Caroline JAUBOURG

Directrice commerciale et relation clients
cjaubourg@lesechos.fr / 01 87 39 76 32



Catherine CHARPENTIER

Responsable commerciale et relation clients
ccharpentier@lesechos.fr / 01 87 39 76 28



Crédits photos : Getty images, Adobe Stock
Conception et réalisation : Les Echos Études / Les Echos Publishing - 10, bd de Grenelle 75015 PARIS