

MODE DE LUXE : LES ANGLAISES FORTUNEES DESIRENT LES MARQUES EUROPEENNES MAIS ACHETENT LE PLUS SOUVENT LES MARQUES AMERICAINES !

En collaboration avec :



LE BAROMETRE « DESIRABILITE & EXCLUSIVITE » DES MARQUES DE LUXE DE PROMISE CONSULTING PUBLIE SES RESULTATS POUR LE ROYAUME-UNI. CETTE MESURE EST INTEGREE DANS LE « BRAND HEALTH INDEX » DE LA SOCIETE D'ANALYSE FINANCIERE EXANE BNP PARIBAS¹.

Les résultats de la 4^{ème} édition du Baromètre « Exclusivité & Désirabilité » pour le Royaume- Uni montrent que les marques européennes et surtout françaises sont jugées plus exclusives et également désirables mais que les marques américaines sont davantage connues et achetées. Ce sont donc quatre marques américaines qui trustent les 4 premières places tandis que seule Chanel intègre le top 5. Burberry en revanche s'inscrit en retrait sur son marché national.

Aussi connues que leurs homologues européennes, les marques **américaines** bénéficient certes d'un positionnement plus **premium luxe** pour s'imposer en achat, mais elles séduisent également par un style plus **branché**, plus **sportif**, plus en phase avec les valeurs dominantes de « **l'aristocratie** » **bourgeoise** de la côte **Est américaine**. Reflet d'une plus forte congruence des marques d'outre-Atlantique avec les styles de vie sociologiquement dominants au Royaume-Uni ? Certainement.

Pour autant, les marques **européennes**, essentiellement **françaises** puis **italiennes**, restent très **désirables** et plus encore **exclusives** (peut-être trop ?). Chanel est de loin la marque la plus désirée au Royaume-Uni tandis que les **marques de luxe** occupent le sommet du classement avec trois marques dans un mouchoir (Ralph Lauren, Louis Vuitton et Christian Dior). Enfin, les marques de grand luxe continuent de creuser l'écart en termes d'exclusivité (Chanel, Louis Vuitton, Hermès, Prada), Dior et plus surprenant Burberry se situant en retrait.

Il existe donc bien, à l'heure du Brexit, une spécificité irréductible du marché anglais de la mode de luxe que nous vous invitons à découvrir.

DOSSIER DE PRESSE (10 PAGES AVEC GRAPHIQUES COMMENTÉS) SUR DEMANDE

Laissez-nous vos coordonnées : <http://bit.ly/2GBhOvL>

¹ Cet indice est régulièrement mis à jour pour analyser la valorisation des marques de luxe (mode, sacs, chaussures, accessoires, horlogerie, bijouterie, etc.) et la santé économique et financière des acteurs du secteur. La note d'analyse financière publiée par Exane BNP Paribas peut être demandée en s'adressant à luca.solca@exanebnpparibas.com. Des restrictions de diffusion s'appliquent.

A PROPOS DE PROMISE CONSULTING

Promise Consulting est une société d'études et de conseil marketing issu de la fusion des sociétés française Panel On The Web et américaine Promise Consulting Inc.

Promise Consulting intègre des prestations de conseil et d'études à forte valeur ajoutée. Elle a créé une méthodologie innovante de mesure de la performance de marque et du ROI des investissements centrés sur la marque : Monitoring Brand Assets[®]. Cette méthodologie a été déployée dans près de 50 pays à date, porte sur l'étude de 250 marques dans les secteurs les plus divers et totalise plus de 1.500.000 questionnaires administrés en ligne dans le monde.

Promise Consulting a su développer des méthodes et des modèles innovants, récompensés 7 fois en 10 ans, par la profession au plan national et international. Elle accompagne les plus grandes marques de luxe, de cosmétiques et de distribution dans leur développement sur le marché national et les marchés étrangers. Elle intervient également dans de nombreux secteurs d'activité, chaque fois que les marques souhaitent disposer d'une stratégie de croissance éclairée pour mieux comprendre leur marché, s'adresser à leurs consommateurs, séduire et fidéliser leurs clients.

Le CEO de Promise Consulting, Pr Philippe Jourdan, est rédacteur en chef de la Revue Française de Marketing (RFM), depuis 2011. Il publie dans des revues académiques de niveau international sur les problématiques de valorisation des marques dans les secteurs du luxe, de la beauté et de la distribution sélective. Il publie également dans la presse économique et d'actualités (Le Monde, Les Echos, Le Figaro, l'Opinion, La Revue des Marques, etc.). Il est également professeur des universités, chercheur à l'IRG (CNRS) et lauréat du Meilleur Article de Recherche AFM 2000. Il a enfin une certification Social Media. <http://www.promiseconsultinginc.com/>

A PROPOS D'EXANE BNP PARIBAS

Spécialisé dans les actions européennes, **Exane BNP Paribas** est présent dans trois métiers :

- L'intermédiation en placement d'actions européennes.
- Les dérivés actions appelés Exane Dérivatives.
- La gestion d'actifs via la gestion de fonds d'investissement de moyen et long termes.

Exane BNP Paribas travaille principalement avec des clients institutionnels dans le monde entier (fonds de pension, gestionnaires de fonds pour le compte de banques ou d'assureurs, etc.) et commercialise ses produits dérivés à un spectre étendu de clients, comprenant des gestionnaires de fonds privés et des conseillers en investissements. Exane emploie plus de 800 personnes dans le monde, dans ses bureaux de Paris, Londres, Francfort, Genève, Madrid, Milan, New-York, Stockholm et Singapour.

Les équipes de recherche d'Exane BNP couvrent plus de 600 grandes sociétés, dans le Monde, et sont régulièrement récompensées par des Prix pour la grande qualité de leurs analyses sectorielles. Pour plus d'informations : <http://www.exane.com>.

Dans le secteur du luxe, **Luca Solca** a été élu Meilleur Analyste financier par les investisseurs du secteur au cours des années 2011, 2014 et 2015.