



23/11/2015

SERVICES B TO B

Le marché du Luxe en Chine : quels leviers ? quel potentiel ?

Contacts presse

Donna Clément

Sonia El Ouardi

Tél. : 01 46 34 60 60

Fax : 01 46 34 05 29

Paris, le 23 Novembre 2015 - *Promise Consulting, société de conseil et d'études en marketing, en collaboration avec BNP Exane a publié les résultats de la 2^{ème} vague du Baromètre Promise Consulting - BNP Exane « Exclusivité & Désirabilité 2015 ». Etabli auprès des femmes chinoises les plus fortunées, ce baromètre met en avant les 15 premières marques jugées les plus exclusives et les plus désirables en Chine dans l'univers de la Mode féminine. L'étude révèle un attrait certain de cette clientèle pour les grandes maisons parisiennes qui caracolent en tête du classement et incarnent le très grand luxe. Avec le développement de la société de consommation chinoise et l'émergence d'un consommateur averti, cette étude soulève d'autres problématiques et invite à repenser le marché du luxe en Chine :*

- Malgré une conjoncture plus difficile en 2015 (baisse de la croissance, dévaluation, lutte contre la corruption), la Chine reste-t-elle un eldorado pour les marques de luxe ? En valeurs et en volumes, comment situer le marché Chinois aujourd'hui et demain par rapport aux marchés mondiaux du luxe par segments de marché ?
- Le marché du luxe chinois se situe-t-il en dehors de la Chine continentale ? Etat des lieux et perspectives ? Cet anachronisme est-il appelé à durer ? Quelles conséquences pour les marques de luxe ?
- Peut-on conquérir le marché chinois du luxe sans adopter une puissante stratégie digitale ? Et si aujourd'hui séduire le consommateur de luxe chinois sans prendre le virage du digital était aussi vain, pour reprendre une citation de Lawrence d'Arabie, que de « manger une soupe avec un couteau » ?
- Le consommateur de luxe chinois : de qui parle-t-on ? Peut-on s'adresser de la même façon aux Baby Boomers, à la Generation X et à la Génération Y ? Quelles sont les valeurs porteuses de sens de la génération des nouveaux clients du luxe chinois ?