

Luxe Attitude

Chargement...

vendredi 6 novembre 2015

Promise Consulting se penche sur la désirabilité des marques de luxe en Chine

Le cabinet de conseil et d'études en marketing **Promise Consulting** collabore à nouveau avec **BNP Exane** afin de faire ressortir le classement des marques de luxe jugées les plus « exclusives » par les clientes sur le territoire chinois. Ce baromètre a été établi auprès de 600 femmes chinoises (18-54 ans) appartenant aux 3% de foyers aux revenus les plus élevés, et porte sur les 30 marques de luxe, prêt-à-porter, accessoires et maroquinerie confondus, qui ont réalisé les plus gros investissements en matière de communication.



Ainsi, selon les interrogées, c'est la maison **Hermès** qui occupe la première place de ce classement, et se voit qualifiée de marque de luxe la plus « exclusive », portée par une belle performance sur toute la zone asiatique (sauf Japon) en 2014 et de nombreux investissements en Asie. En seconde position, **Louis Vuitton** se positionne sur le critère d'exclusivité, poussée par sa récente stratégie de repositionnement vers des produits de maroquinerie de plus grand luxe. **Chanel** occupe la troisième place du classement. Début 2015, la maison française avait pris le parti d'harmoniser sa **politique tarifaire** à l'échelle mondiale, afin d'amoindrir les écarts entre la Chine et l'Europe. **Prada** se positionne en quatrième place, malgré une année 2014 au ralenti sur le territoire chinois, et **Dior** clôt ce top 5 des marques les plus exclusives en Chine.

Il est intéressant de constater que, selon l'étude réalisée par Promise Consulting et BNP Exane, les marques faisant partie du Top 5 des plus exclusives, sont également citées comme les plus désirables. En effet, l'étude démontre que le caractère distinctif (qui s'attache à la rareté) et affectif (émanation d'un besoin sensoriel et émotionnel), reconnu aux marques de luxe, est toujours dominant en Chine. Ainsi, les femmes chinoises interrogées classent **Chanel** en tête du Top 5 des marques les plus désirables, suivie de la maison **Hermès** en seconde position et **Prada** en troisième place. **Louis Vuitton** et **Dior** occupent respectivement les quatrième et cinquième places.

Luxury Attitude Worldwide

Qui êtes-vous ?



Nicolas FESQUET

Suivre 173

[Afficher mon profil complet](#)

Archives du blog

► 2016 (771)

▼ 2015 (7728)

► décembre (589)

▼ novembre (523)

[Et si vous arboriez un comic strap au poignet ?](#)

[Scott Schuman imagine une collection capsule pour ...](#)

[Un tea-time en direct des années folles à l'Hôtel ...](#)

[Ysé](#)

[Moser & Cie et Brian Ferry : une montre "slave to ...](#)

[Romain Jerome Super Mario Bros](#)

[Northern Limit Line : Jeong-Hak Park porte une Rol...](#)

[Montblanc — Nouveau directeur de la division horlo...](#)

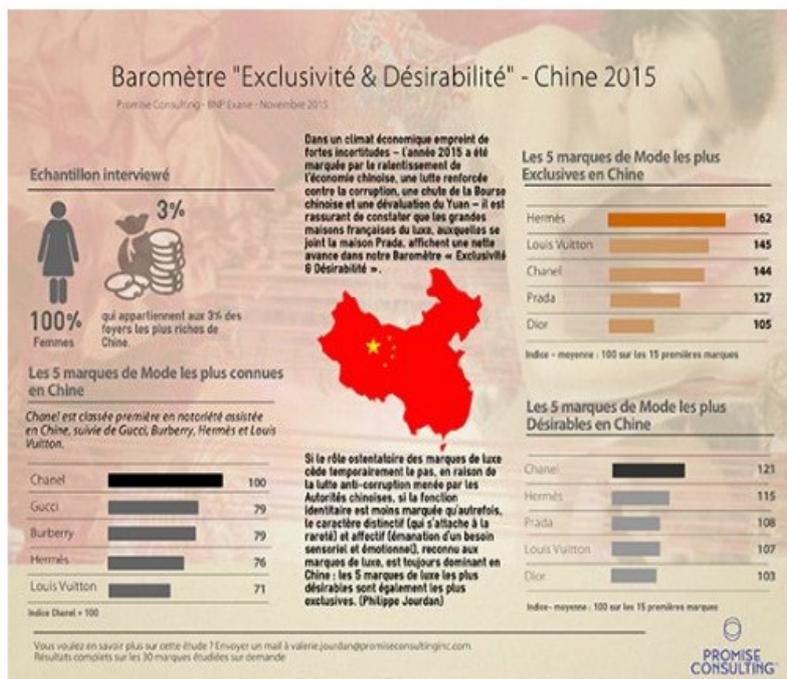
[H. Moser & Cie — Endeavour Small Seconds Bryan Fer...](#)

[IWC — IWC Ingenieur : le difficile parcours d'une ...](#)

[TAG Heuer — Vidéo. Race Of Champions 2015](#)

[Calendrier de l'Avent 2015 - Gagnez le livre du 15...](#)

Les marques de très grand luxe (Hermès, Chanel, Louis Vuitton, Prada, Dior) affichent des indices élevés d'exclusivité et de désirabilité : « elles maintiennent une exclusivité forte, en raison de la grande qualité de leurs produits, de leur savoir-faire unique et de leur volonté de s'adresser à une élite de clients. Mais elles restent très désirables, réalisant le parfait compromis entre une modernité attestée et une tradition assumée » constate Philippe Jourdan, CEO de Promise Consulting.



<http://ift.tt/1zfzDE1>

from ABC Luxe <http://ift.tt/1PelZ0l>
via IFTTT

Publié par Nicolas FESQUET à 05:26

Recommander ce contenu sur Google

Libellés : ABC Luxe, Info Luxe

8e édition de A Shaded View of Fashion Film

OTB acquiert Mami à 100%

Swatch et Visa : pay-by-the-wrist

LVMH entre au capital de la maison de joaillerie R...

Bentley Continental GT Speed : record de vitesse d...

Karl Lagerfeld sous toutes les coutures à l'Hôtel ...

TAG Heuer Carrera Heuer 01 : un chrono manuf' à mo...

Mido Belluna Petite Seconde : élégance classique à...

La maison de champagne Duval-Leroy et la Biscuiter...

La Fédération française du prêt-à-porter féminin s...

Chanel s'invite à Rome pour son prochain défilé de...

Scott Schuman imagine une collection capsule pour ...

Breguet — Grand Opening de la boutique de Chengdu

Chris Hemsworth : ambassadeur TAG Heuer

Le calendrier de l'avent gourmand de Fauchon

Bienvenue aux cocktails d'hiver Grey Goose !

Longines Masters de Paris du 3 au 6 décembre

Breitling Navitimer 01 Stratos : mille exemplaires...

Corum : une oeuvre d'art de François Bel pour les ...

Newsletter — Nombreux Prix de l'Avent

« Dior Holiday Lights », le film de Noël de la Mai...

Corum — Une nouvelle venue au Musée Corum

Lady in Love — L'heure sentimentale

Calendrier de l'Avent — Noël approche à grand pas

Kerbedanz — Abu Dhabi Mosquée Al Zayed

Le G20 de la Nuit organise un Innovation Tour uniq...