



Luxe aux Etats-Unis : les marques italiennes dominant le classement

Le marché mondial des biens de consommation de luxe représente environ 237 milliards d'euros et les Etats-Unis sont les premiers consommateurs sur ce marché devant le Japon et la Chine. Ils en sont aussi les deuxièmes contributeurs après la Chine en ayant apporté près d'un tiers de la croissance du marché entre 2012 et 2015.

Alors, pour son baromètre « Luxe aux Etats-Unis 2016 », **Promise Consulting** a demandé aux Américaines quelles marques elles connaissent le plus, celles qu'elles achètent, celles qu'elles trouvent les plus exclusives et les plus désirables. Concernant la notoriété, le classement est dominé par Gucci suivi de Ralph Lauren puis de Chanel. Un trio international. Néanmoins, dans le top 10, la moitié des marques sont italiennes contre trois françaises et deux américaines. Un classement qui correspond aussi avec le taux de pénétration de ces marques aux Etats-Unis selon **Promise Consulting**. Philippe Jourdan, associé du cabinet, fait remarquer : « Si la première place occupée par Ralph Lauren en pénétration n'est pas une surprise, suivie de Chanel et de Gucci, la performance de Vera Wang mérite d'être soulignée : la marque de la styliste new-yorkaise d'origine chinoise se classe en effet en 4ème position en pénétration, démontrant ainsi que sa réputation -au même titre que son activité - dépasse désormais l'univers de la robe de mariée, qui a fondé sa notoriété et sa réputation..."Le baromètre révèle aussi le classement des marques de luxe qui ont le plus de notoriété sur internet et le résultat est sensiblement le même. Aux Etats-Unis, la présence du luxe sur internet est indéniable à l'image de Yoox Net-A-Porter Group. Presque la moitié des Américaines déclarent avoir acheté au minimum un article de luxe online et 28% comptent le faire.