



Pourquoi le luxe italien séduit les riches Américaines

Les riches Américaines ont un faible pour les maisons italiennes de luxe. Prada, Gucci, Versace et Armani monopolisent le haut des différents classements du baromètre 2016 de **Promise Consulting** et Exane BNP. Réalisé auprès de 750 femmes américaines issues d'un foyer au revenu mensuel supérieur à 12.500 dollars (11.100 euros), il classe 22 marques de luxe évaluées selon différents critères. À l'aune de la notoriété assistée (par opposition à la citation spontanée d'une marque) cinq marques italiennes, trois françaises, et deux américaines se classent dans le top 10. Gucci (détenue par le Français Kering) remporte la palme devant Ralph Lauren. La griffe italienne "récolte les bénéfices d'une excellente couverture média mais aussi d'un pilotage sans faute du jeune Alessandro Michele" expliquent les auteurs du baromètre. Les quatre autres griffes de luxe transalpines les mieux placées au classement de la notoriété sont Giorgio Armani (4e), Prada (5e), Versace (9e) et Dolce&Gabbana (10e). Le fait d'acheter sur Internet par rapport aux achats réalisés en boutique physique ne bouleverse pas ce classement. Prada (1ère) et Versace (2ème) arrivent en tête (cf infographie ci-dessous), selon l'indice de perception de l'exclusivité d'une marque, associé à un savoir-faire unique, un style reconnaissable et un parti-pris créatif talentueux. ImageCes deux marques italiennes se démarquent par... Lire la suite sur BFM BusinessA lire aussiLe marché du luxe poursuit sa croissance mais ralentit sa courseLe design insolite de la plus haute tour de ThaïlandeUne bouteille de vin de 1846 à vendre aux enchèresLa deuxième vie du plus grand complexe touristique naziL'Islande, la nouvelle destination phare des touristes