

## « DESIRABILITE & EXCLUSIVITE » DES MARQUES DE LUXE

### PROMISE CONSULTING CHOISIE PAR EXANE BNP POUR LA 3<sup>EME</sup> ANNEE CONSECUTIVE



La mesure de la Désirabilité et de l'Exclusivité mise au point par Promise Consulting est pour la 3<sup>ème</sup> année consécutive retenue par Exane BNP Paribas qui l'intègre comme une des dimensions de son Indice de la Santé des Marques (« Brand Health Index »). Cet indice est régulièrement mis à jour pour analyser la « vraie » valeur des marques de luxe (mode, sacs, chaussures, accessoires, horlogerie, bijouterie, etc.) et la santé économique et financière des acteurs du secteur.

**AVEC L'ANALYSE MENE AUJOURD'HUI AU ROYAUME-UNI (UK) DE LA DESIRABILITE & EXCLUSIVITE DES GRANDES MARQUES DE LUXE, EXANE BNP CONFIRME SON CHOIX DE LA MESURE MISE AU POINT PAR PROMISE CONSULTING COMME UNE DES SIX DIMENSIONS DE SON OUTIL STRATEGIQUE D'EVALUATION DES MARQUES DANS LE SECTEUR MONDIAL DU LUXE.**

Plus d'info : contacter [valerie.jourdan@promiseconsultinginc.com](mailto:valerie.jourdan@promiseconsultinginc.com)

#### UNE MESURE AXEE SUR DEUX LEVIERS ESSENTIELS DE LA PERFORMANCE DES MARQUES DE LUXE

**Promise Consulting**, institut d'études spécialiste de l'évaluation de la performance des stratégies marketing, a mis au point en 2005 deux échelles de mesure des dimensions de **Désirabilité** et **d'Exclusivité** des marques de luxe.

Cette **métrique** éprouvée sur un plan **international** s'appuie sur une collecte de données régulièrement mise à jour auprès des plus riches clients dans l'univers du luxe (**mode** et **beauté**).

Après trois publications sur la **France**, la **Chine** et les **USA**, les résultats publiés aujourd'hui par EXANE BNP sur le UK confirme la pertinence de la mesure pour comprendre les leviers de croissance des marques, analyser leur performance économique et financière et au final statuer sur leur valorisation en anticipant les marques montantes ou descendantes dans un avenir proche.

#### UNE MESURE INTEGREE DANS LE BRAND HEALTH INDEX D'EXANE BNP

Le **Brand Health Index** d'Exane BNP comprend six dimensions (indices) régulièrement mis à jour par l'organisme d'analyse financier :

1. **Un indice de promotion** : une hiérarchisation des marques selon le niveau et la fréquence des ventes en promotions. Plus l'intensité promotionnelle est faible, plus la marque de luxe est forte.
2. **Un indice de discount en ligne** : une veille des niveaux de prix et de discounts pratiqués en ligne par les plus grandes marques de luxe convertie en indice de performance.
3. **Un indice d'activité sur les réseaux sociaux** : une veille de la présence et des actions des marques de luxe sur l'ensemble des réseaux sociaux tant en « earned » qu'en « paid » convertie en indice de performance.

4. **Un indice de désirabilité & d'exclusivité** : plus la désirabilité est forte, plus la marque de luxe est demandée. Plus son exclusivité est forte, plus elle est légitime pour vendre plus cher. Une analyse croisée des deux dimensions structurantes de l'image et de l'attractivité des marques de luxe.
5. **Un indice de niveaux de prix de vente** : la santé de la marque est d'autant plus forte que les ventes au prix tarif l'emportent de loin sur les ventes en prix remisés.
6. **Un indice de distribution** : une analyse de la distribution des marques de luxe qui prend en compte la dimension cross-canal sous toutes ses formes.

## PAROLE D'EXPERTS

---



**Philippe JOURDAN**, associé fondateur Promise Consulting, Professeur des Universités, membre de l'American Marketing Association (AMA) et rédacteur en chef de la Revue Française du Marketing (RFM) :

« Notre mesure **Exclusivité & Désirabilité** établit le lien entre le Marketing et l'Analyse Financière. Ainsi les résultats de notre baromètre conjoint avec Exane BNP reposent sur deux angles d'expertise très complémentaires, apportant une valeur ajoutée unique aux dirigeants, aux décideurs et aux actionnaires dans le secteur du luxe.

Plus concrètement, notre mesure de l'**Exclusivité** synthétise les attentes du client du luxe : une exigence de **qualité** du produit et une **constance**, une **valeur** forte et unique de la marque, un **prestige** et un incomparable « **savoir-faire** » qui justifient en retour un **prix élevé**. Enfin, notre mesure de la **Désirabilité** résume les différentes dimensions de la séduction de la marque dans ses dimensions intimistes, sociales et symboliques.

A cet égard, notre Baromètre synthétise dans deux **échelles éprouvées** les nombreux critères habituellement utilisés par les consommateurs pour hiérarchiser les marques de grand luxe entre elles.

Nous sommes particulièrement fiers d'être intégré dans le **Brand Health Index d'Exane BNP**, une évaluation de référence des marques pour les décideurs, les investisseurs, les actionnaires et les dirigeants de fonds d'investissement ».



**Luca SOLCA** suit depuis 2005 les secteurs du luxe et de la distribution. Il rejoint en 2012 la société de courtage, de recherche et de gestion d'actifs Exane BNP où il est nommé directeur en charge du secteur du luxe. Sur les cinq dernières années, il a été élu meilleur analyste dans le secteur du luxe par les investisseurs institutionnels pendant les années 2011, 2014 et 2015.

« Pour les marques de luxe, tout est une question de Désirabilité. Parce que la promesse de luxe est de permettre aux clientes de se distinguer des autres, l'Exclusivité perçue est consubstantielle à la désirabilité. Promise et Exane ont uni leurs forces pour explorer en profondeur ces deux dimensions dans plusieurs pays nous permettant de vérifier comment les marques sont classées dans l'esprit des clientes ».

## A PROPOS DE PROMISE CONSULTING

---

**Promise Consulting est une société d'études spécialiste de l'évaluation de la performance des stratégies marketing issue 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<sup>®</sup>. 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 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.