

Тенденции люкса |Les tendances de luxe

Автор: Надежда Сикорская, Женева, 20. 02. 2014.



Louis Vuitton - всем люксам люкс

Несмотря на некоторое замедление в развитии, трудно сказать, что у сектора серьезные проблемы: крупные компании представляют отличные результаты.

|
Malgré une croissance moins forte, difficile à dire que le secteur se porte mal – les groupes affichent encore des résultats extraordinaires.

Богатые – и люди, и компании – любят поплакаться: мол, расходов много, налогов, а толку (то

есть прибыли) мало. Но достаточно посмотреть статистические данные и прибавить 2+2, чтобы понять, что слезы это крокодиловые, а жалобам грош цена.

Международная индустрия люкса (со «штаб-квартирой» во Франции) не является исключением. Послушать ее представителей, так 2013 год был просто катастрофическим. И это почти правда: развитие шло медленнее, чем в предыдущие годы, однако прирост все же был на 2, а то и на 6%, то есть лучше, чем в 2012-м. И даже если азиатский рынок – а именно на него делают сейчас упор все «люксовики» – немножко замедлился, в целом бизнес роскоши, в 2013 году достигший уже 217 млрд евро, вырастет с 1995 по 2025 год в пять раз. Таков прогноз бюро Bain & Company, по поручению итальянских предприятий, работающих в секторе люкса, ежегодно замеряющего пульс этого рынка. По мнению специалистов, временное замедление роста связано, прежде всего, с прекращением развития китайского рынка и обесцениванием японского йена.

Несмотря на общее «охлаждение финансового климата», Франция, по утверждению журнала Capital, чувствует себя прекрасно: из пятнадцати крупнейших люксовых брендов половина находится здесь, а 75% их торгового оборота выпадает на зарубежные рынки. По оценке экономиста Эммануэля Комба, вице-президента Управления по вопросам конкуренции, общая прибыль люксовой индустрии Франции составляет 34 млрд евро. Для сравнения, авиационная промышленность может похвастаться только 17 млрд евро. «Дамские сумочки, духи и алкоголь весят в два раза больше, чем самолеты в смысле коммерческого сальдо!», шутит эксперт.

ГРУПЕ	ЧИФРЕ D'AFFAIRES*	БЕНЕФИЦЕ OPERATIONNEL*
LVMH	28	5,9
Richemont	8,2	5,2
Luxottica	7,1	1
Swatch	6,3	1,6
Kering	6,2	1,6
Ralph Lauren	5,3	0,9
Coach	3,6	1,2
Hermès	3,3	1,1
Prada	3,3	0,9
Tiffany	2,9	0,5

Как легко можно увидеть из приведенной справа таблицы, лидером сектора, идущим с большим отрывом от конкурентов – привыкли в последние дни к олимпийской терминологии! – является гигант LVMH с его главным брендом Louis Vuitton. Общий доход холдинга приближается к 45%. «Серебро» у швейцарской группы Richemont (владеющей, в частности, маркой Cartier). Третье место на подиуме занимает итальянский производитель очков Luxottica.

Наблюдатели отмечают, что большинство крупных люксовых брендов предлагают товары в самых разных секторах индустрии, причем чем больше предприятие, тем значительнее доля

кожаных изделий и аксессуаров в его торговом обороте. И наоборот, в балансе предприятий, чей торговый оборот не превышает 100 млн евро, 80% прибыли приходится на продажи готовой одежды. В целом же картина вырисовывается такая: 28% доходов «дают» аксессуары, 25% - одежда, 23% - ювелирные изделия, 22% - духи и косметика, 2% - посуда и предметы сервировки стола.

Помимо финансовых показателей, следует отметить и такую важную тенденцию развития индустрии, как переход к продажам через интернет, то есть к е-торговле. На осознание важности этого нового рынка потребовалось время, зато теперь сектор шагает семимильными шагами: только в 2013 году рост составил 28%, а в цифрах это выражается в скачке от 3 млрд евро в 2008 году до 9,8 млрд в прошлом. 5% всех продаж осуществляется теперь онлайн, 10% приходится на туфли, хотя на наш взгляд именно туфли покупать без примерки сложнее всего. При этом 40% люксовых брендов все еще сопротивляется новым веяниям.

Кто же все это покупает? Во Франции 60% потребителей изделий люкса – туристы. В целом же только США могли похвастаться в 2013 году ростом местного рынка: +4 % по сравнению с 2,5% в Китае. При этом именно китайцы остаются самыми активными потребителями: 29%. И это не предел! По прогнозам специалистов, общая сумма, затрачиваемая ими, вырастет с 56 млрд сегодня до 125 млрд к 2020. В пятерку «самых лучших покупателей» входят также японцы (12 %) и индусы (2%). А где же мы?!

Чемпионы люкса (©Capital)



Добавить комментарий

Пожалуйста, [войдите](#) или [зарегистрируйтесь](#) , чтобы отправить комментарий
