

Zeitschrift: Revue économique Suisse en France
Herausgeber: Chambre de commerce suisse en France
Band: 78 (1998)
Heft: 3: Le Luxe : philosophie, économie, plaisir ...

Artikel: Panorama du luxe ... : côté français ... et côte suisse
Autor: Albertus, Noël / Müller, Patrice
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-889397>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 03.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Pierre Jaquet-Droz (1721-1790).
Artisan-créateur horloger suisse qui jouissait
d'une grande réputation dans les cours
d'Europe et d'Asie.
© Jaquet-Droz.



Panorama du luxe ... côté français

Dresser un panorama de l'industrie du luxe est un exercice difficile car il s'agit d'un secteur aux contours flous qui regroupe des métiers très différents. Si, côté français, nous avons la chance de disposer de données économiques récentes sur l'ensemble du secteur, grâce à l'étude du Cerna(*), réalisée en 1995 à la demande conjointe du Ministère de l'Industrie et du Comité Colbert, il n'en est pas de même pour l'industrie du luxe suisse. En effet, les informations disponibles concernent généralement un métier, l'horlogerie par exemple, et il s'avère très malaisé à l'intérieur de chacun de ces métiers d'isoler la part dévolue au luxe. Aussi avons-nous opté, comme vous le verrez ci-après, pour une approche différente de l'industrie française et suisse du luxe.



Van Cleef & Arpels.
Pendule mystérieuse giratoire "Hommage à Galilée".
Le cadran est solidaire d'un ours entièrement serti de 2302 diamants.
© Van Cleef & Arpels.

... et côté suisse

Noël Albertus

Associé,
PriceWaterhouseCoopers, Paris

Le luxe en France : un secteur industriel à part entière

En France, le luxe est présent dans pratiquement tous les secteurs des biens de consommation (habillement, maroquinerie, automobile, bijouterie, alimentation...), mais aussi dans les services (hôtellerie, restauration...). L'étude publiée par le Cerna ne définit pas le secteur du luxe mais le délimite comme un

Patrice Müller

Directeur,
PriceWaterhouseCoopers, Genève

ensemble de marques. Celles-ci, après un savant recoupage d'informations recueillies auprès des entreprises de la branche, se chiffrent à 412 (dont 148 marques étrangères, c'est-à-dire créées hors du territoire français). Les données individuelles de 310 marques pour lesquelles il a été possible d'obtenir suffisamment d'informations (comptes déposés au Greffe du Tribunal de Commerce...) ont ensuite été agrégées pour donner des résultats secto-

riels. Ainsi, le poids des métiers du luxe est évalué à 106 milliards de FRF de chiffre d'affaires induisant 65.824 emplois directs.

Tableau 1

Répartition du chiffre d'affaires entre les différents métiers du luxe

(Source : Cerna)

Parfums/Cosmétiques :	34 %
Champagnes/Vins/Spiritueux :	23 %
Horlogerie/Joaillerie :	12 %
Maroquinerie :	8 %
Mode :	8 %
Arts de la table :	3 %
Hôtels/Restaurants :	3 %
Autres :	9 %

L'étude souligne également la place privilégiée de ce secteur à l'export puisqu'il se place traditionnellement en tête des industries françaises avec un ratio moyen exportations/chiffre d'affaires de 58 %.

Les chiffres publiés par le Comité Colbert, qui regroupe 75 maisons françaises représentatives de l'ensemble des métiers du luxe (à l'exception de l'automobile), constituent également une source précieuse d'informations. Les membres du Comité ont réalisé en 1997 près de 38 milliards de francs français de chiffre d'affaires et représentent à ce titre une part significative du luxe français. La faible progression du chiffre d'affaires en 1996 (+1%) a été vite oubliée en 1997 avec une croissance de 7,7 %. Les ventes à l'export correspondent à 76,8 % de ces chiffres et ce taux a progressé de 5,6 points au cours des dix dernières années.

A propos des métiers du luxe

La première spécificité de chacun des métiers du luxe provient de la part qu'il représente dans son secteur d'activité d'origine, part qui s'avère relativement difficile à chiffrer. L'approche développée par le Cerna à cet égard a toutefois permis

de dégager les contributions suivantes :

Tableau 2

Part des métiers du luxe dans leur secteur d'origine

(Source : Cerna)

Maroquinerie :	58 %
Champagnes/Vins/Spiritueux :	33 %
Parfums/Cosmétiques* :	21 %
Mode :	12 %

* La « partie luxe » des parfums-cosmétiques a été comparée à l'ensemble du secteur de la parachimie, ce qui explique la faiblesse du taux indiqué ci-dessus.

La mode

La mode est une des vitrines du luxe français. Depuis quelques années, force est de constater que la France est vivement concurrencée par l'Italie et les Etats-Unis. L'arrivée de stylistes étrangers dans certaines maisons françaises illustre d'ailleurs cette tendance. Selon la Fédération Française de la Couture, du Prêt-à-Porter des Couturiers et des Créateurs de Mode, la haute couture (appellation réglementée et contrôlée) et le prêt-à-porter de création représentaient en 1996 un chiffre d'affaires direct de 9,3 milliards de FRF se répartissant comme suit :

Tableau 3

Part des métiers de la mode dans le chiffre d'affaires total du secteur

(Source : Fédération Française de la Couture, du Prêt-à-Porter des Couturiers et des Créateurs de Mode)

Prêt-à-Porter :	45 %
Accessoires :	40 %
Mode masculine :	12 %
Haute Couture :	3 %

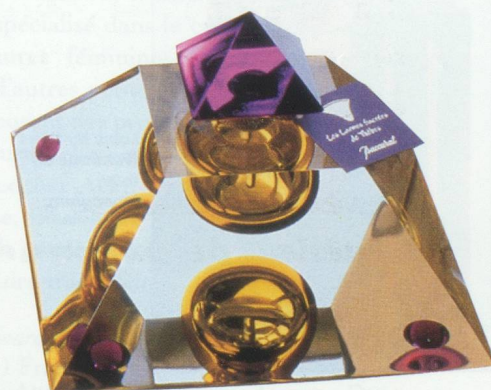
La haute couture constitue, pour les 15 maisons qui à ce jour peuvent se prévaloir de cette appellation, le moteur de toutes les autres activités induites de ces marques (prêt-à-porter et accessoires bien sûr, mais aussi parfums et cosmétiques). Notons

que le coût engendré par cette activité semble décourager de nombreuses maisons : elles étaient 22 à présenter des collections de haute couture il y a dix ans contre 15 aujourd'hui.

Champagnes, vins et spiritueux

Avec un taux d'exportation de 63 % du chiffre d'affaires (source Cerna), ce secteur représente un quasi-monopole de la France sur l'échiquier mondial du luxe. Le signe distinctif de ce métier par rapport aux autres est le recours à la grande distribution alors que la plupart des autres métiers distribuent leurs produits presque exclusivement par l'intermédiaire de réseaux sélectifs. L'approche de l'an 2000 a fortement stimulé les ventes ; celles-ci ont franchi en 1997 le cap des 270 millions de bouteilles vendues dont 100 millions à l'export.

La parfumerie-cosmétique



Parfum Baccarat : "Les Larmes Sacrées de Thèbes".
© Baccarat.

Là-aussi, la France occupe une place prépondérante sur ce marché. Selon le Cerna, 74 % du chiffre d'affaires est réalisé à l'export. Une étude publiée en 1995 par *Les Echos* estimait le chiffre d'affaires réalisé par l'ensemble des acteurs de la profession à 60 milliards de FRF. En appliquant le chiffre retenu par le Cerna, soit 36,4 milliards de francs, on obtient un « segment luxe » correspondant à 61 % du marché français de la parfumerie-cosmétique.



Horlogerie, joaillerie, bijouterie

Il est peu aisé d'identifier le poids du luxe au sein de ce métier, ce d'autant que l'étude menée par le Cerna n'a pas intégré cette donnée. L'ensemble de l'industrie horlogère française représentait au total un chiffre d'affaires de 3,1 milliards de FRF en 1996. Le marché de la bijouterie-joaillerie est quant à lui estimé à

environ 5,5 milliards de FRF. Notons que, depuis 1996, les acteurs présents sur le « segment luxe » ont créé des produits d'entrée de gamme « plus abordables » ; cette nouvelle stratégie a eu des effets positifs sur leur chiffre d'affaires.

Boucheron Joaillier - Anneau "Sacha". Or blanc, or rose et or jaune avec diamants, saphirs, rubis ou émeraudes.
© Boucheron Paris.

La maroquinerie



Louis Vuitton :
Wardrobe en toile
Monogram.
© Louis Vuitton

Comme les autres secteurs du luxe où la France détient une position de leader, une forte partie du chiffre d'affaires des marques françaises de maroquinerie est réalisée à l'export (79 %). Ce secteur se différencie par ailleurs des autres par la part importante du luxe par rapport au secteur dans son ensemble. Cependant, même si la France domine encore ce marché, elle est fortement concurrencée par les marques italiennes. Il s'agit en outre d'un secteur particulièrement concentré, les acteurs majeurs au niveau français étant LVMH et Hermès.



Bernardaud - Collection "Ithaque" et "Lipari"
© Bernardaud.



Baccarat : Vase aux feuilles - Collection « Les botaniques » créée par Christian Tortu.
© Baccarat

Les Arts de la Table

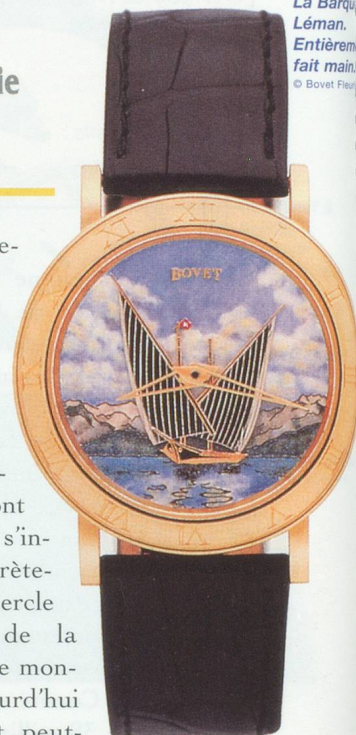
Ce secteur regroupe l'orfèvrerie (argent et métal argenté), la cristallerie et la verrerie main ainsi que la céramique (porcelaine et faïence). Selon une étude menée par le Crédoc en 1998, 60 % des ventes sur ce marché sont réalisées grâce aux listes de mariage. La baisse des mariages est donc un frein à la progression de ce secteur qui n'enregistre qu'une croissance de 2 % en 1997. Le Comité des Arts de la Table estime par ailleurs la consommation française des objets d'arts de la table à 12,5 milliards de FRF dont on peut raisonnablement estimer la « part luxe » entre 3 et 5 milliards de FRF.

Souvent discret, le luxe en Suisse cache des savoir-faire et des techniques uniques

L'industrie du luxe en Suisse fait souvent référence à l'industrie horlogère, reconnue à travers le monde entier. Toutefois, d'autres secteurs d'activité, moins souvent cités, la composent tels la joaillerie, la bijouterie, les accessoires, la maroquinerie et le textile. Tour d'horizon :

La joaillerie (Canton de Genève)

La joaillerie suisse est souvent représentée au travers de quelques entreprises à vocation horlogère, qui sont parvenues à s'introduire discrètement dans le cercle très fermé de la haute joaillerie mondiale. Si aujourd'hui elles ne sont peut-être pas encore aussi reconnues que les prestigieux joailliers français ou italiens, ces entreprises présentent des collections ou des pièces de haute joaillerie de qualité souvent étroitement liées aux produits horlogers et bijoutiers.



Modèle
"Witness"
Bovet -
La Barque
Léman.
Entièrement
fait main.
© Bovet Fleurbaey

Le négoce des pierres précieuses (Cantons de Genève, Zurich, Lucerne et Berne)

Depuis les années soixante, le négoce des pierres précieuses est devenu une activité importante en Suisse. Une cinquantaine de négociants (notamment situés à Genève et à Zurich) ont réussi à faire de la Suisse une place commerciale

Montre en forme de bonbonnière,
de l'époque Empire.
Collection Wilsdorf, Rolex.
© Rolex.

incontournable pour l'industrie de la joaillerie. Les acteurs principaux de ce secteur exercent en général de manière individuelle en respectant une forte tradition de savoir-faire et une très grande discrétion. La réputation de l'un d'entre eux, Vögeli & Wirz AG situé à Bienne, en a fait le fournisseur de la reine d'Angleterre. La présence du géant mondial du diamant De Beers sur les bords du lac des Quatre-Cantons confirme également l'importance de la place helvétique dans ce domaine.

La bijouterie

(Cantons de Zurich,

Schaffhouse, Genève, Vaud,

Neuchâtel et du Jura)

La bijouterie suisse est discrète, mais recèle aussi un domaine d'excellence en matière de fabrication de haute précision. Les marques suisses sont, à quelques exceptions, cependant peu présentes sur les marchés internationaux. En 1997, la production suisse en bijouterie a atteint 900 millions de CHF. Elle repose sur des entreprises de taille plus importante dont la principale activité s'appuie sur l'affinage de métaux précieux ou la fabrication de composants horlogers.

Ces dernières produisent également des bijoux à l'échelle indus-

trielle. Cette compétence en matière de production est étroitement liée à la maîtrise de la mécanique de haute précision. Depuis longtemps déjà, le tissu économique jurassien a développé un savoir-faire en micro-mécanique, qui est utilisé en horlogerie comme en bijouterie.



La broderie

(Cantons de Saint-Gall et
d'Appenzell)

L'industrie suisse de la broderie s'est tissée au fil des décennies une réputation mondiale. Elle est devenue un ambassadeur du savoir-faire exceptionnel des artisans et petits industriels de Suisse orientale qui ont développé un secteur principalement voué à l'exportation.

Récemment, la broderie de Saint-Gall a connu un nouveau souffle grâce à la forte croissance du secteur de la lingerie féminine, notamment celui des grandes marques de luxe. En 1997, elle représentait 172 millions de CHF ; elle est destinée principalement aux pays européens dont la France, l'Angleterre et l'Allemagne.


Aujourd'hui, les quelque quarante artisans et entreprises présents dans ce secteur ne cessent de voir leurs ventes grimper puisque les exportations du premier semestre 1998 montrent une augmentation de 35 % en valeur par rapport à l'année précédente. Cette croissance est liée semble-t-il au regain d'intérêt de certains grands couturiers qui ont mis la broderie et les dentelles largement en valeur lors de leurs derniers défilés. C'est ainsi que ces artisans et entreprises dissémi-

nés dans les cantons de Saint-Gall et d'Appenzell produisent des articles pour les plus prestigieux noms de la haute couture et de la lingerie française, italienne et américaine.

La maroquinerie

(Cantons d'Argovie et
de Saint-Gall)

La maroquinerie suisse est représentée au travers de la célèbre entreprise de maroquinerie Bally AG à Schönenwerd. Elle a bâti sa réputation dans le secteur de la chaussure de luxe, apportant au produit une qualité typiquement suisse.

Depuis quelques années, l'entreprise a vécu plusieurs réorganisations. Aujourd'hui, elle génère un chiffre d'affaires annuel d'environ 1 milliard de CHF, ce qui la situe parmi les leaders mondiaux de la maroquinerie de luxe. Au côté du géant Bally, d'autres producteurs suisses se sont développés. C'est le cas notamment d'un fabricant d'Amriswil, Schneider AG, qui s'est spécialisé dans le créneau des chaussures féminines. En maroquinerie, d'autres petites marques suisses proposent des produits de très haute facture telles que le bagagiste Leder Locher AG à Zurich. Cette entreprise, fondée en 1822, a su transmettre de génération en génération le savoir-faire traditionnel de ses artisans. 

Sources :

a) France

CERNA (Centre d'Economie Industrielle de l'Ecole des Mines)

Comité Colbert

Fédération Française de la Couture, du Prêt-à-Porter des Couturiers et des Créateurs de Mode

Les Echos 29/12/97

Revue Le Bijoutier - Juillet 1997

b) Suisse

Association Suisse des Négociants en Pierres Précieuses

Office fédéral de la statistique

Administration fédérale des douanes

Association Suisse des Fournisseurs de Bijouterie et d'Orfèvrerie

Articles de presse parus dans divers quotidiens.

Boucles d'oreilles, faisant partie
d'une parure en or jaune 18 ct,
réalisée par Golay Fils et Stahl.

