

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 côté 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.



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.

Panorama du luxe ... côté français



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

Patrice Müller

Directeur,
PriceWaterhouseCoopers, Genève

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

ensemble de marques. Celles-ci, après un savant recoupage d'informations recueillies auprès des entreprises de la branche, se chiffreraient 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 %

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 masculin :	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.

A propos des métiers du luxe

La première spécificité de chaque métier 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



Horlogerie, joaillerie, bijouterie

Il est peu ais^e d'identifier le poids du luxe au sein de ce m^{et}ier, ce d'autant que l'etude men^ee par le Cerna n'a pas int^{eg}ré cette donn^ee. L'ensemble de l'industrie horlog^ee fran^{ca}ise repr^{es}entait au total un chiffre d'affaires de 3,1 milliards de FRF en 1996. Le march^e de la bijouterie-joaillerie est quant ^u lui estim^e ^u environ 5,5 milliards de

FRF. Notons que, depuis 1996, les acteurs pr^{es}ents sur le « segment luxe » ont cr^{ee} des produits d'entr^ee de gamme « plus abordables » ; cette nouvelle strat^{eg}ie 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 ^umerautes.

© Boucheron Paris.



La maroquinerie



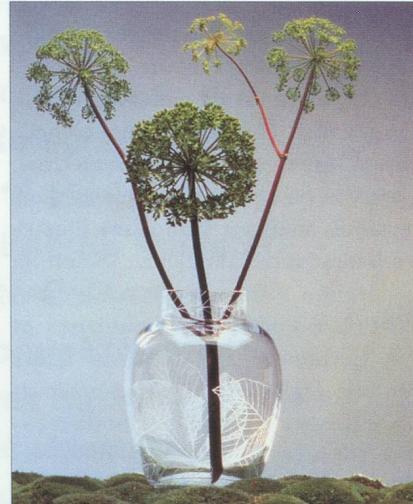
Louis Vuitton : Wardrobe en toile Monogram.
© Louis Vuitton

4

Comme les autres secteurs du luxe o^ù la France d^{et}ient une position de leader, une forte partie du chiffre d'affaires des marques fran^{ca}ises de maroquinerie est r^ealis^ee ^u l'export (79 %). Ce secteur se diff^{er}encie par ailleurs des autres par la part importante du luxe par rapport au secteur dans son ensemble. Cependant, m^{eme} si la France domine encore ce march^e, elle est fortement concurrenc^ee par les marques italiennes. Il s'agit en outre d'un secteur particuli^{erement} concentr^e, les acteurs majeurs au niveau fran^{ca}is ^utant LVMH et Herm^{es}.



Bernardaud - Collection « Ithaque » et « Lipari »
© Bernardaud.



Baccarat : Vase aux feuilles - Collection « Les botaniques » cr^{ee}e par Christian Tortu.
© Baccarat

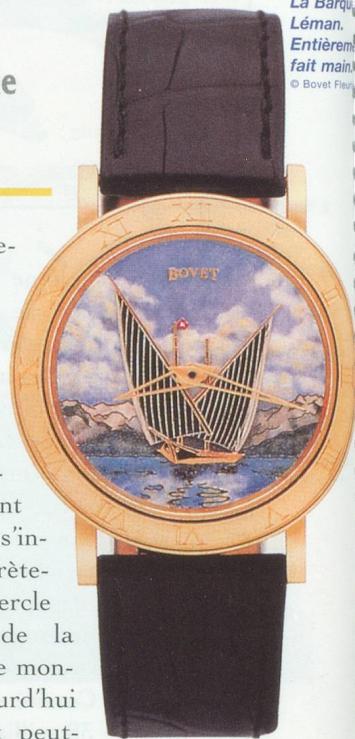
Les Arts de la Table

Ce secteur regroupe l'orf^evrerie (argent et m^{et}al argent^e), la cristallerie et la verrerie main ainsi que la c^{er}amique (porcelaine et fa^{en}ce). Selon une etude men^ee par le Cr^{edoc} en 1998, 60 % des ventes sur ce march^e sont r^ealis^ee^s gr^{ace} aux listes de mariage. La baisse des mariages est donc un frein ^u la progression de ce secteur qui n'enregistre qu'une croissance de 2 % en 1997. Le Comit^e des Arts de la Table estime par ailleurs la consommation fran^{ca}ise des objets d'arts de la table ^u 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 r^eférence ^u l'industrie horlog^ee, reconnue ^u travers le monde entier. Toutefois, d'autres secteurs d'activit^e moins souvent cit^es, la composent tels la joaillerie, la bijouterie, les accessoires, la maroquinerie et le textile. Tour d'horizon :

La joaillerie (Canton de Gen^eve)



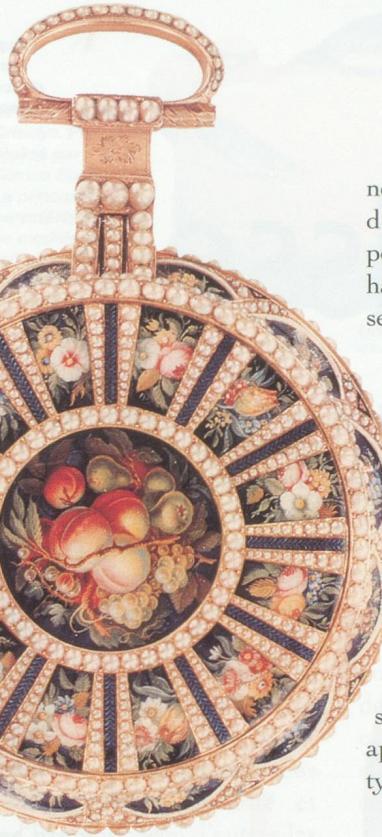
La joaillerie suisse est souvent repr^{es}ent^ee au travers de quelques entreprises ^u vocation horlog^ee, qui sont parvenues ^u s'introduire discr^{et}ement dans le cercle tr^{es} ferm^e de la haute joaillerie mondiale. Si aujourd'hui elles ne sont peut-^{er}tre pas encore aussi reconnues que les prestigieux joailliers fran^{ca}is ou italiens, ces entreprises pr^{es}entent des collections ou des pi^{ec}es de haute joaillerie de qualit^e souvent ^utroitement li^{es} aux produits horlogers et bijoutiers.

Le n^{ego}ce des pierres pr^{ec}ieuses (Cantons de Gen^eve, Zurich, Lucerne et Berne)

Depuis les ann^ees soixante, le n^{ego}ce des pierres pr^{ec}ieuses est devenu une activit^e importante en Suisse. Une cinquantaine de n^{ego}ciants (notamment situ^es ^u Gen^eve et ^u Zurich) ont r^{eu}ssi ^u faire de la Suisse une place commerciale

Mod^{ele}
« Witness »
Bovet -
La Barque
L^eman.
Enti^{erement}
fait main.
© Bovet Fleurier

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 discréetion. 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 industrielle.

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.



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

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.