



# Communiqué de Presse

25 Novembre 2010

---

*Zoom sur... Zoom sur... Zoom sur... Zoom sur... Zoom sur...*

---

## **Marché des commerces : Le luxe, le luxe, le luxe !**

**Après la crise de 2008 / 2009, le secteur du luxe est celui qui devrait connaître le revirement le plus brusque. Il y a un an déjà, Knight Frank anticipait la possibilité d'un tel phénomène, s'apparentant à la « movida » espagnole des années 80 et 90. De nombreux indices accréditent aujourd'hui cette hypothèse.**

**Le luxe est ainsi le segment le plus prometteur. D'abord parce qu'il a pris beaucoup d'avance en s'adaptant parfaitement à la notion de niche, ensuite parce qu'il est le seul à pouvoir s'extraire du contexte local. Sa clientèle vient à lui alors que les autres segments du commerce doivent partir à la rencontre de leur clientèle.**

Les palaces parisiens affichent des taux de fréquentation record. Le Crillon et le Bristol sont complets depuis la fin septembre. Le George V annonçait un taux de 90% cet été et de 82% pour le mois d'octobre. Le Plaza Athénée a connu un mois de juillet historique, inégalé depuis son ouverture en 1913. Les boutiques parisiennes de luxe, qui fonctionnent beaucoup avec les touristes fortunés en visite dans la capitale française, tirent pleinement profit de la situation. Louis Vuitton vient par exemple d'annoncer le raccourcissement des horaires d'ouverture de ses magasins de peur de se retrouver en rupture de stock pour les fêtes de fin d'année. Ces visiteurs sont nombreux à venir et le potentiel est d'ailleurs loin d'être encore totalement exploité. Car ces touristes ne sont plus seulement issus de la vieille Europe ou de la vieillissante Amérique. Tirant profit de la fantastique croissance des pays émergents, les rangs des millionnaires, milliardaires ou simples riches issus de Russie, de Chine, d'Inde ou du Brésil grossissent. Et ils aiment Paris. Ils aiment Paris parce qu'ils aiment leur propre réussite. Accéder à cette capitale du luxe, de la mode, d'un certain art de vivre, c'est signer leur ascension personnelle.

Il n'est pas anodin que le monde de l'hôtellerie de luxe soit brusquement entré en ébullition à Paris. Après la réouverture des 152 chambres du Royal Monceau, la création de trois nouveaux palaces se profile. D'ici à fin 2012, le Mandarin Oriental sur la rue Saint-Honoré (1er arrondissement), le Shangri La sur l'avenue d'Iéna (16ème arrondissement) et le Majestic Peninsula sur l'avenue Kléber (16ème arrondissement) offriront près de 460 nouvelles chambres et suites, soit une augmentation de près de 35% de la capacité d'accueil sur ce segment... Maroquiniers, couturiers, joailliers ou galeristes sauront recevoir cette nouvelle clientèle : les marques d'intérêt pour les emplacements commerciaux du Mandarin Oriental, que Knight Frank est chargé de commercialiser, en sont la preuve.

### **Contact Presse Knight Frank**

---

**Galivel & Ass. - Carol Galivel / Pascale Pradère - 01 41 05 02 02**



L'avenir du luxe est riche de promesses sur Paris, d'autant que ce segment a devancé une tendance lourde qui se généralise à l'ensemble du commerce. L'idée qu'une mutation économique, sociale, culturelle et environnementale est en cours s'impose, sans qu'il soit facile d'en appréhender la forme et le sens. La communautarisation en est sans doute une des tendances clefs. Souvent décriée, vécue parfois comme une menace, elle correspond aussi à une resocialisation de l'individu. Alors que Margareth Thatcher affirmait : « La société, ça n'existe pas ! », David Cameron, son lointain successeur, fonde sa politique sur le concept de « Big Society », reconnaissance de l'existence de corps sociaux. Le groupe s'impose, avec ses aspirations et ses attentes. Au commerce de savoir y répondre. Le commerce de centre ville a ouvert la voie, en explorant la notion de niche. La progression de son chiffre d'affaire de 5% sur les huit premiers mois de l'année en atteste. Le luxe en est un des exemples le plus affirmé et le plus abouti. Mais la niche est aussi éthique et durable, elle peut être ethnique et culturelle ou générationnelle. Elle a une identité et le succès tient en la reconnaissance de cette identité par sa cible de consommateurs.

L'horizon n'est toutefois pas totalement dégagé. Une menace existe, qui réside dans ce qui a été qualifié par Guido Mantega, ministre des Finances brésilien, de "guerre monétaire internationale". L'appréciation de l'euro, d'ores et déjà de 8% à 9% face au dollar, à la livre mais aussi face au yuan chinois ou au real brésilien risque de pénaliser les emplettes et les séjours parisiens des ressortissants de ces pays. Pierre Dubail, un des grands horlogers de la place Vendôme, soulignait déjà en 2008 (dans Vision, la publication annuelle de Knight Frank) qu'il était préférable pour le commerce du luxe que le cours de l'euro se situe en dessous de 1,35 dollar. Il est proche aujourd'hui de 1,40 dollar. Dans cette guerre monétaire, le plus fort est le plus faible. Si la réévaluation de l'euro se poursuit, il faudra que le pouvoir d'attraction et de séduction de Paris et de l'art de vivre à la française soient suffisamment puissants pour compenser ce handicap.

#### **Knight Frank en bref**

Knight Frank France dirigé par Philippe Perello est filiale du groupe anglais Knight Frank LLP fondé à Londres il y a plus de 100 ans et présent aujourd'hui dans près de 40 pays. Fort d'une expérience de près de 40 ans sur le marché parisien, Knight Frank agit sur tous les marchés de l'immobilier dans le cadre de partenariats étroits et durables avec ses clients qu'ils soient privés, institutionnels ou utilisateurs. Knight Frank France est organisé autour de 5 lignes de métiers : bureaux, investissement, commerce, expertise et gestion. Très éloigné du travail d'intermédiation, Knight Frank, par son approche et son efficacité, se place aujourd'hui parmi les agents immobiliers leaders du marché. [www.knightfrank.fr](http://www.knightfrank.fr)

#### **Contact Presse Knight Frank**

---

**Galivel & Ass. - Carol Galivel / Pascale Pradère - 01 41 05 02 02**

21-23, rue Klock - 92110 Clichy - Fax : 01 41 05 02 03 - [galivel@galivel.com](mailto:galivel@galivel.com) - [www.galivel.com](http://www.galivel.com)