BRESIL

Le secteur du luxe au Brésil

En 2014, le marché du luxe au Brésil était évalué à 12 milliards de réais (environ 3,40 milliards €) ; en 2016, les estimations montrent une croissance d’approximativement 5% par rapport à cette période.

Les Brésiliens aiment acheter ! Ils ont un profil de consommateurs extraordinaires car ils se donnent la permission d'acheter. Ils sont très sensibles à l'exclusivité que les biens de luxe peuvent apporter et au prestige que ceux-ci leur donnent. Le Brésilien est fortement influencé par le pouvoir des marques, principalement dans le secteur de la mode, ce qui influence positivement le marché du luxe. Toutefois, si les Brésiliens sont toujours sensibles aux marques et aux produits de luxe, une tendance plus récente est en pleine expansion et est même devenue plus importante que l’acquisition même de ces biens. Il s’agit de l’expérience du luxe : trouver les meilleures façons de profiter du temps, de vivre des expériences inoubliables.

La principale tendance actuelle pour le marché du luxe est les services liés au bien-être, à la personnalisation, à l’exclusivité. Les services de luxe sont tous ceux qui englobent les services personnels dans des activités telles que les voyages, le style de vie, les plaisirs (les Brésiliens aiment énormément être « gâtés »).

Qu'il s'agisse du secteur automobile, de la joaillerie, de l'art ou de la mode, le luxe résiste encore et toujours à la crise dont souffre l'économie brésilienne; les entreprises ayant comme cible les hautes classes sociales vont à contre-courant de la tendance générale observée depuis 2014.

Si, par exemple, les ventes dans le secteur automobile général ont baissé de 30 % en 2015, les concessionnaires de luxe, eux, ont enregistré une augmentation de 20% de leurs ventes pour la même année. Des groupes comme FCA (Fiat Chrysler Automobiles) qui possèdent les marques Dodge et Jeep ont repris le leadership du marché des SUV avec une augmentation conséquente de leurs ventes. En ce qui concerne le marché de l'importation de véhicules de luxe, les marques Jaguar, Lamborghini et Volvo ont augmenté leur volume de vente également respectivement de 50% et de 5,2% entre janvier et mars 2016).

Pour ce qui est de la haute joaillerie, l'instabilité économique actuelle semble influencer les clients vers des choix plus réfléchis, c'est à dire vers des pièces intemporelles et de plus haute valeur que vers des pièces correspondant à la mode du moment, ce qui équilibre la baisse de la quantité vendue par la qualité, et donc par un prix plus important.

On retrouve le même comportement en ce qui concerne le secteur des œuvres d'art : les acheteurs vont se diriger vers des œuvres ayant des prix plus élevés, dont la valeur a plus de chance de rester constante dans le temps. On note ainsi un intérêt grandissant pour l'art contemporain.

Le marché des bateaux de luxe se développe également et possède un fort potentiel de croissance, même s’il est assez récent au Brésil.

Le secteur de l'immobilier de luxe suit la même tendance que le secteur du luxe en général. Le besoin pour des copropriétés de luxe augmente chaque année. La demande a augmenté en 2015 de 32% par rapport à l'année 2014. A Fortaleza, la recherche d'immeubles de luxe a augmenté de 92%, vient ensuite Curitiba avec 70%, suivie de Porto Alegre (67%) et Florianópolis (62%).

La crise actuelle touche principalement les classes basses et moyennes, épargnant donc les classes les plus élevées. Celles-ci sont bien moins touchées par les pertes d'emploi, la dépendance aux crédits bancaires. De plus, les classes aisées sont toujours plus à la recherche de services et de biens exclusifs, elles sont fortement sensibles au prestige et à la reconnaissance sociale que les biens de luxe peuvent leur apporter, ce qui explique la bonne santé du secteur du luxe. En plus des consommateurs déjà fidélisés au produits et services de luxe, il faut convient également de parler des nouveaux entrants dans la catégorie à hauts revenus et qui, pour la première fois, peuvent s’offrir des biens et services de luxe. Selon les prévisions, les pays dans lesquels il y aura le plus de nouveaux millionnaires pour cette année 2016 sont le Brésil et l’Afrique du Sud. Cela entraîne des besoins et des envies pour des produits et services exclusifs.

Les intentions de consommation dans ce créneau ont considérablement augmenté en 2014 et 2015. En 2014, une étude de PWC a montré que 12% des personnes n’ayant jamais acheté un produit « sophistiqué » songeaient à en acquérir un pour la première fois. En 2015, ce chiffre est monté à 16% alors que le nombre de personnes ne se montrant pas intéressées par ce type de marques a diminué de 55% à 37%.

Le marché du luxe concerne près de 32% de la population brésilienne, soit près de 64 millions d'habitants faisant partie des classes sociales les plus riches. On remarque une forte hausse des revenus dans les régions du Centre-Ouest, du Nord et dans l’intérieur de l’Etat de São Paulo.

La ville de São Paulo est en tête de la consommation de produits de luxe avec près de 60% du pays, suivie par Rio de Janeiro avec 25%. Selon certains experts, en 2025 les pays BRIC représenteront 52% du marché mondial du luxe. Cependant, les entreprises en enseignes de luxe voulant se développer au Brésil ne doivent pas négliger des régions autres que l’axe Rio-São Paulo. Une de voies pour atteindre le potentiel promis par ce secteur passe par la conquête d’autres états. L’évolution se fait mais de manière encore trop lente en ce moment.

En ce qui concerne les prévisions pour les prochaines années, le Brésil peut compter sur le profil des consommateurs appartenant aux classes aisées pour maintenir le secteur en bonne santé. Toutefois, le manque de prévisibilité du taux de change du dollar et le temps nécessaire pour ajuster les taxes d'importation font qu'il est difficile de mettre en place des actions sur le long terme, ce dont ce secteur a justement besoin.

Les attentes des marques de luxe sont telles que dès que le Brésil montrera des signes de reprise économique, la croissance du secteur ne se fera probablement pas attendre et devrait même suivre un rythme plus élevé que celui de la croissance globale du pays.

De plus amples informations sur le marché brésilien peuvent être obtenues auprès du bureau économique et commercial de l’AWEX à São Paulo ([saopaulo@awex-wallonia.be](mailto:saopaulo@awex-wallonia.be)) ou auprès du bureau économique et commercial de Brussels Invest & Export à Rio de Janeiro ([riodejaneiro@sprb.brussels](mailto:riodejaneiro@sprb.brussels)) ou auprès de la direction Amériques de l’AWEX ([s.vanbocquestal@awex.be](mailto:s.vanbocquestal@awex.be)).