

Les Echos

Prada, Armani et Moncler avancent dans le sillage des géants français du luxe

Il n'y a pas de modèle transalpin unique mais plusieurs groupes ont atteint de belles performances grâce à leur agilité ; à commencer par Prada qui prépare sa succession.



Défilé Prada automne-hiver 2022-2023 présenté à Milan. (Photo by Tiziana FABI/AFP) (Tiziana FABI/AFP)

Par [Virginie Jacobberger-Lavoué](#)

Publié le 4 août 2022

Dans l'ombre des champions français du luxe, la plupart des maisons italiennes tirent leur épingle du jeu. Malgré des moyens plus limités que leurs rivaux tricolores, ces dernières ont vu leurs ventes et leurs bénéfices fortement s'apprécier au premier semestre malgré les soubresauts économiques du moment. [Prada](#) a par exemple vu son bénéfice doubler sur les six premiers mois de l'année, à 188 millions d'euros, grâce à de bonnes ventes aux Etats-Unis et surtout en Europe. Le retour des touristes du Golfe et des Américains sur le Vieux Continent a permis à la maison milanaise de compenser le recul des ventes de 7 % dans la zone Asie-Pacifique.

« Nous avons plus que compensé l' [impact des confinements en Chine](#) et des sanctions contre la Russie, où le groupe continue de soutenir son personnel malgré la fermeture des magasins », se félicite le PDG de Prada, Patrizio Bertelli, qui affiche un chiffre d'affaires en hausse de 22 %, à 1,9 milliard d'euros.

« Comme Louis Vuitton ou Hermès, Prada a connu une fulgurante reprise après le choc de la pandémie ; son redémarrage était fort dès le troisième trimestre 2020 et la marque est depuis restée sur une bonne trajectoire », observe Thomas Chauvet, analyste chez Citi. Malgré des moyens plus limités que d'autres.

Prada veut rester indépendant

En 2019, la fondatrice Miuccia Prada, 72 ans, avait créé la surprise en annonçant une création à quatre mains inédite dans la mode, avec l'arrivée de [Raf Simons](#) à ses côtés. Le duo récolte désormais les fruits de son travail commun. L'exigeant et sanguin PDG Patrizio Bertelli, époux de Miuccia, compte céder les rênes « d'ici à 2024 » à leur fils Lorenzo, 33 ans, entré au conseil d'administration en mai 2021. Les bons résultats actuels préfigurent le legs d'une maison saine et capable de rester indépendante, un souhait cher au couple Prada-Bertelli, sur ce point en parfaite entente.

Chez Armani, le fondateur Giorgio Armani, 88 ans, est toujours là. Il a augmenté ses revenus de 20 % sur le premier semestre. L'an dernier, la griffe avait déjà enregistré des ventes en hausse de 26 % à 2 milliards d'euros, et avec un bénéfice net de 169,9 millions d'euros (+43 %), porté par la « rationalisation » de ses gammes. Emiliano Zegna, [désormais coté à Wall Street](#), affiche des ventes en hausse de 25 %, à 378 millions, au titre du premier trimestre.

Moncler sur une bonne dynamique Autre groupe italien s'illustrant positivement, [Moncler. Le spécialiste des doudounes chics](#) a vu son chiffre d'affaires grimper de 48 % à plus de 918 millions d'euros au premier semestre. Là encore, les ventes aux Etats-Unis, en Europe et dans une partie de l'Asie (Corée du Sud, Japon) ont compensé le ralentissement en Chine. Le bénéfice net en hausse de 69 % s'établit à 211 millions d'euros.

Au-delà de l'e-commerce, Moncler a développé en Asie un nouveau système de vente à distance avec prise de rendez-vous privé lorsque les boutiques étaient fermées ou simplement afin de répondre à une attente de la clientèle locale plus méfiante dans la fréquentation de lieux publics avec la propagation des variants du Covid. Ce filon n'est pas négligeable, il représente d'avril à juin, 15 % des ventes en Chine continentale et 30 % de celles-ci en Corée du Sud. Mais pour Moncler, c'est toujours le dernier trimestre de l'année - et l'approche des frimas hivernaux -, qui est déterminant. Selon Citi, Moncler réalise près de 50 % de ses profits au quatrième trimestre.

Virginie Jacobberger-Lavoué