

vos frais de courtages
remboursés jusqu'à **1 000 000 €** de transactions

Pour le luxe, la baisse de la monnaie unique est une chance

LE MONDE | 15.05.10 | 13h59 • Mis à jour le 17.05.10 | 07h03

Vous êtes eurosceptique ? Vous croyez au plongeon de l'euro ? Achetez du luxe ! C'est, en substance, le conseil que donnent les analystes de la banque HSBC aux investisseurs anglo-saxons tourmentés par les déboires de la monnaie unique.

Dans une note de recherche, parue mercredi 12 mai, les experts de l'établissement indiquent ainsi que les producteurs de champagne, de cognac, les fabricants de sacs à main et autre joaillerie de prestige sont et seront les grands gagnants d'un effondrement de l'euro.

"L'exemple le plus flagrant, le plus "pur" est celui de la société Rémy Cointreau", indique Erwan Rambourg, l'un des auteurs de l'étude. Pour le groupe de spiritueux, une baisse prononcée de l'euro s'apparente, selon lui, presque à un "jackpot".

La mécanique est assez simple : Rémy Cointreau produit son cognac et son champagne dans les régions françaises *ad hoc*. Ses coûts sont ainsi libellés en euros, dont le cours flanche chaque jour un peu plus. *A contrario*, les revenus du fabricant de spiritueux sont en dollars, en yens ou en yuans. Une chance pour le groupe français. *"Les Européens ne boivent plus de cognac, alors que les Américains et les Chinois en raffolent",* soulignent les analystes d'HSBC.

Autrement dit, la baisse de l'euro provoque un avantage compétitif immédiat pour la société. Et peu importe que le consommateur de la zone euro soit déprimé ou non.

Ce qui est vrai pour Rémy Cointreau l'est aussi pour d'autres groupes de luxe comme LVMH (Louis Vuitton, Moët Hennessy) Burberry, Hermès ou encore PPR (Gucci et Yves Saint Laurent...), ou encore pour le groupe Luxottica.

Ce fabricant et distributeur de lunettes, sorte de "Sephora de la lunette", vend des montures de marques prestigieuses comme RayBan ou Oakley et, sous licence, des lunettes Chanel et Prada. Sa sensibilité à la monnaie est parmi les plus élevées avec un rapport de *"un pour un"*, note M. Rambourg. C'est-à-dire qu'une hausse de 1 % du dollar par rapport à l'euro se traduit par une hausse de 1 % de son bénéfice par action.

MÉCANIQUE VERTUEUSE

Il ne suffit toutefois pas d'être un emblème du luxe pour se réjouir du plongeon de la monnaie unique. Pour que l'équation fonctionne, il est nécessaire que lesdits produits soient "Made in France" ou pour le moins "Made in zone euro". L'industrie de l'horlogerie, avec des acteurs comme Swatch ou Tag Heuer qui produisent leurs montres-bijoux en Suisse - et donc en francs suisses -, pâtit ainsi de la réévaluation de la monnaie helvète, considérée comme une valeur refuge.

Mais ce sont les spécialistes d'articles de sport tel Adidas qui souffrent le plus de la baisse de l'euro. Explication : ils payent leur décision de délocaliser leur production dans les zones dollars à bas coûts

comme la Chine. Pour ce type d'entreprises, la mécanique vertueuse dont profite l'industrie du luxe se transforme alors en une spirale négative.

In fine, la chute de l'euro pourrait donc se transformer en une arme de patriotisme économique pour le Vieux Continent. A moins que tout ceci n'aille trop loin.

Claire Gatinois

Article paru dans l'édition du 16.05.10

Le Monde.fr

» A la une » Archives » Examens » Météo » Emploi » Newsletters » Talents.fr
» Depeches » Forums » Culture » Carnet » Voyages » RSS » Sites du
» Opinions » Blogs » Economie » Immobilier » Programme » Le Post.fr groupe
Télé

Le Monde

» Abonnez-vous à
partir de 17 €
» Le journal en
kiosque



Abonnez-vous au Monde.fr - 6€ visitez Le Monde.fr

© Le Monde.fr | Fréquentation certifiée par l'OJD | CGV | Mentions légales | Qui