

CARLES.RHEIMS

« *Audaces fortuna juvat* » dit l'adage romain, autrefois traduit par des potaches amusés par « les audacieux font fortune à Java ». La forme détournée n'en reste pas moins symboliquement juste car l'audace est l'apanage des explorateurs de lointains inaccessibles, ceux qui savent nous rendre familiers les confins de l'extrême. Ceux qui, par leur talent, installent le rêve dans notre vie.

Défi à l'idéologie dominante, impertinence esthétique, risque génial ou folie créative, l'audace ne se contente jamais de peu. Elle caractérise l'esprit d'entreprise, la capacité à tourner le dos aux idées reçues pour innover résolument, le toupet de choisir son futur et de forcer les tendances. Oser miser tout son avenir sur une idée, une personne, une alliance... Prendre ses désirs pour la réalité et forcer cette dernière à se réaliser... Séduire, provoquer, susciter la curiosité, étonner, quelles sont les formes de l'audace créatrice aujourd'hui ? L'audace doit-elle, telle la « destruction créatrice » de Schumpeter, faire table rase de son passé pour exister ?

À quoi mesure-t-on l'audace du luxe et quels en sont les ressorts, les enjeux ? Le goût du risque et la volonté de créer suffisent-ils à faire du luxe une audace, d'une audace un luxe ? En d'autres termes, faut-il contester un ordre établi pour être audacieux, ou l'audace ne réside-t-elle pas également dans la capacité et le désir de perpétuer les traditions et les savoir-faire ? Qu'est-ce qui fait d'une prise de risque un coup de génie, d'une provocation un vulgaire leurre ? C'est entre autres à ces questions que la sixième Rencontre internationale du Sommet du luxe et de la création tentera de répondre.

Pour toute information
Appeler le **01 56 58 51 54** ou visiter le site www.sommet-du-luxe.com

INFORMATIONS PRATIQUES

Palais du Luxembourg - Salle Clémenceau
15, rue de Vaugirard - 75006 Paris

Métro : Odéon - Mabillon
RER : Luxembourg
Parcs de stationnement : place Saint-Sulpice et marché Saint-Germain

Frais d'inscription :
760 euros TTC (ce prix comprend la participation à la Rencontre et le déjeuner dans les Salons de Boffrand). Chèque à libeller à l'ordre du

Sommet du luxe et de la création
Presse : Entrée libre sur réservation

Conditions de participation :
Le nombre de places disponibles étant limité, seules les 250 premières réponses accompagnées du règlement seront prises en compte. Tout désistement devra être signalé par écrit avant le **7 novembre 2006** pour pouvoir donner lieu au remboursement des frais d'inscription.

Passé ce délai, aucun remboursement ne sera effectué. Une pièce d'identité devra être présentée à l'entrée du Sénat - Accueil à partir de 8h45.

Cérémonie de remise des Talents du luxe au Grand Hôtel InterContinental :
Soirée privée. Nombre de places limité.
Conditions d'inscription sur demande.

Renseignements et inscription :
Sommet du luxe et de la création
98, rue de Sèvres - 75007 Paris
Tél. : 01 56 58 51 54 - Fax : 01 56 58 51 51
Contact : Élise Beaujolais
E-mail : elise.beaujolais@sommet-du-luxe.com
Contact presse :
RP² - Barbara Durand et Marine Vaujany
46, rue de Levis - 75017 Paris
Tél : 01 43 80 84 84
E-mail : contact@rp2.fr

Ce document est imprimé sur HamooArt Silk - sappi

L'AUDACE DU LUXE, QUELLE AUDACE

CRÉATION • COMMUNICATION • COMMERCIALISATION • STRATÉGIE

LE SOMMET
DU LUXE ET DE
LA CREATION



**Rencontre internationale
du Sommet du luxe et de la création**

**Lundi 13 novembre 2006
Palais du Luxembourg**

Sous le haut patronage de
Christian Poncelet, président du Sénat
Renaud Donnedieu de Vabres, ministre de la Culture et de la Communication
Christine Lagarde, ministre déléguée au Commerce extérieur



PROGRAMME

09H00 Message d'accueil,
.Christian Poncelet,
président du Sénat

09H15 Allocution d'ouverture

09H30 L'AUDACE DE LA CRÉATION :
11H00 RÉVOLUTION ET TRANSMISSION
L'inspiration du créateur

.Lorenz Bäumer,
joaillier

.Stanislas de Quercize,
président et CEO de
Van Cleef & Arpels

.Armen Petrossian,
CEO des Caviars Petrossian

.Donald Potard,
directeur général de
Jean-Charles de Castelbajac

.Véronique Rosso,
directrice de Swarovski France

.Josephus Thimister,
créateur de mode

.Laura Tonatto,
créatrice de parfums

11H00 L'AUDACE DE LA COMMUNICATION :
12H30 CONFIDENTIEL ET TAPAGEUR
L'éloquence du sophiste

.Laurence Berman-Clément,
directrice générale de Secrets
de Jet tours

.Christian Blachas,
président-directeur général
de CB News

.Cécile Bonnefond,
présidente de Veuve Clicquot
Ponsardin

.Natacha Dzikowski,
directrice générale de Publicis 133

.Laurent Gerbi,
directeur général de Gérard Darel

.Pio Barone Lumaga,
conseil en innovation, fondateur
des Morphic productions

.Pascal Oudia,
président-directeur général
de Nippon Menard France

.Etienne Russo,
président-directeur général de
Villa Eugénie, producteur de défilés
de mode

12H30 Clôture de la matinée,
.Jacques Carles,
président du Sommet du luxe et de la création

12H45 Déjeuner dans les Salons
14H15 de Boffrand

14H15 L'AUDACE DE LA COMMERCIALISATION :
15H45 ÉLITE ET MASSE
La conquête du héros

.Olivier Aron,
président-directeur général
de Rosae Audit et Action

.Emmanuel Bouttier,
avocat chez Deprez, Dian Guignot

.Jean-Emmanuel Bourguet,
directeur général de Furla France

.Arnaud Dubly,
président-directeur général
de Catherine Max

.Mathilde Laurent,
créatrice des parfums Cartier

.Sven Lung,
président du directoire de Brandalley.fr

.Kathy O'Meny,
rédactrice en chef d'ABC-luxe.com

.Évelyne Renard,
Multimedia Department Manager
du groupe LVMH

15H45 L'AUDACE DE LA (GÉO)STRATÉGIE :
17H15 FUSION, ACQUISITION ET
DÉLOCALISATION
L'invention du stratège

.Jean-Marc Bellaïche,
vice-président du Boston
Consulting Group

.Nicolas Boulanger,
responsable du pôle Luxe -
Mode - Beauté d'Eurostaf

.Jacques Carles,
président du Sommet du luxe
et de la création

.Étienne Cochet,
directeur général de Maison
& Objet

.Thomas Gad,
Managing Director et fondateur
de Brandflight

.Jacques Pourcel,
chef du Jardin des Sens
et de la Maison Blanche

.Dominique Sirop,
président-directeur général
de Dominique Sirop Paris

.Nicolas Topiol,
président-directeur général
de Christian Lacroix

LE SOMMET
DU LUXE ET DE
LA CREATION

Première table ronde

L'AUDACE DE LA CRÉATION : RÉVOLUTION ET TRANSMISSION

L'inspiration du créateur

Homère dans l'Odyssée affirme que l'Audace serait fille de l'inspiration. L'audace de la création dans le luxe réside-t-elle dans la démesure, la liberté débridée d'inventer, la liesse révolutionnaire de braver les normes ? Mais dans une société où la nouveauté devient la règle, la question est également de savoir si l'audace n'est pas elle-même galvaudée et s'il reste encore quoi que ce soit à braver lorsque la bravoure est devenue une sorte de systématisation. N'y aurait-il pas alors une certaine audace dans le retour aux savoir-faire anciens, transmis de génération en génération ?

Deuxième table ronde

L'AUDACE DE LA COMMUNICATION : CONFIDENTIEL ET TAPAGEUR

L'éloquence du sophiste

Le luxe n'offre pas simplement des produits ou des services, mais aussi des concepts, des symboles de reconnaissance, des repères. Dans une certaine mesure, il échappe aux ressorts traditionnels de la communication. Mais force est de constater qu'il y a deux écoles dans la communication de luxe, le credo des uns étant la discrétion, celui des autres étant l'exhibition. Entre l'école du secret et celle de l'éclat, quelles sont les stratégies de communication les plus audacieuses ? Car en effet, il faut une certaine dose d'audace pour bien communiquer dans le luxe, afin de se différencier du *mass market* et rester toujours en avance. Pourtant l'audace ne suffit pas, à elle seule, à emporter l'adhésion du client. Et provoquer n'est pas toujours stimuler. Comment les audacieux de la communication assurent-ils donc que la rhétorique du luxe joue toujours son rôle persuasif, moteur du rêve et vecteur de l'identité de la marque, tout en se renouvelant sans cesse afin de rester en pointe ?

Troisième table ronde

L'AUDACE DE LA COMMERCIALISATION : ÉLITE ET MASSE

La conquête du héros

Diffuser sans galvauder et promouvoir sans se compromettre, telle est la nouvelle donne en matière de commercialisation du luxe. Entre élite et *mass market*, les frontières ne se situent résolument plus là où on les attend, et le luxe doit sans cesse chercher de nouvelles pistes de commercialisation, au risque sinon de perdre sa spécificité et son attrait.

Comment alors garder l'audace de la commercialisation et explorer de nouveaux modes de vente, de mises en scène, de services ou de médiation ? En d'autres termes, où vont les Ulysse et les Marco Polo modernes, « les chercheurs téméraires, les risqueurs, et ceux qui s'embarquent avec des voiles astucieuses sur les terribles mers », pour reprendre une expression de Nietzsche, qui partent à la conquête du monde du luxe pour explorer, voire bâtir, de nouveaux territoires ?

Quatrième table ronde

L'AUDACE DE LA (GÉO)STRATÉGIE : FUSION, ACQUISITION ET DÉLOCALISATION

L'invention du stratège

Au cœur d'une redistribution planétaire dont il participe largement, le luxe surprend par sa vitalité. Secteur économique en pleine expansion, se plaçant au deuxième rang en France, le luxe fait face à de nouvelles contraintes et à des enjeux complexes qui s'expliquent notamment par la mondialisation et par ce qu'il est convenu d'appeler sa démocratisation.

En proie aux changements rapides d'une géographie du luxe en pleine évolution, les professionnels du secteur font ainsi face à des défis inédits qui les amènent à développer et mettre en œuvre de nouvelles stratégies.

Entre fusion, acquisition et délocalisation, l'audace stratégique doit jongler avec les prises de risque afin de saisir les opportunités d'investissement et de suivre les flux de capitaux, sans perdre en route l'identité et la force créative qui font du luxe un univers, où chacun peut trouver sa part de rêve.

Le Sommet du luxe et de la création est une plateforme de réflexion et d'échange, transversale à tous les secteurs du luxe. Institution incontournable, il constitue, à travers ses trois pôles :

UN FORUM DE RÉFLEXION DANS L'UNIVERS DU LUXE

Plusieurs rencontres par an et des publications régulières permettent au Sommet du luxe et de la création de constituer un lieu d'expression ouvert et une source de formation et d'information. Le forum a pour but de réfléchir et d'influencer l'avenir du luxe et de la création.

• LES ENTRETIENS DU CERCLE BEAUMARCAHIS

Quatre entretiens thématiques sont organisés chaque année dans le cadre du Cercle Beaumarchais, cercle privé constitué autour des créateurs, lauréats des Talents du luxe.

• LA RENCONTRE INTERNATIONALE ANNUELLE

Réunissant un public de haut niveau de plus de 250 participants, la rencontre contribue à placer le luxe comme source de progrès dans tous les domaines qui participent à la création de la beauté et de la rareté.

• LES PUBLICATIONS DU SOMMET DU LUXE ET DE LA CRÉATION

La Lettre du luxe et de la création, newsletter de réflexion, est une fenêtre ouverte sur les analyses et les tendances qui influenceront durablement les secteurs du luxe et de la création. Elle se fait également l'écho de l'actualité du Sommet du luxe et de la création, du Cercle Beaumarchais et de ses membres, tout au long de l'année.

La revue « TALENTS » rend compte chaque année des débats de la Rencontre internationale et présente les nominés et les lauréats aux Talents du luxe.

(Vous pouvez commander « TALENTS » grâce au bulletin d'inscription joint à ce programme).

UNE ORGANISATION EN FAVEUR DU DÉVELOPPEMENT DE LA CRÉATION

• LES TALENTS DU LUXE

Les Talents du luxe sont les prix attribués chaque année aux meilleurs créateurs de l'ensemble des métiers du luxe, en France et à l'étranger, qui se sont distingués par l'excellence de leur savoir-faire et le caractère exceptionnel de leur œuvre, parmi plus de 200 candidatures. Ils sont décernés au cours d'un dîner de gala, point d'orgue de la Rencontre internationale annuelle.

(Soirée privée, nombre de places limité, accès et réservation sur demande).

• L'ASSISTANCE AU DÉVELOPPEMENT

Le Sommet du luxe et de la création apporte aux créateurs des conseils stratégiques ainsi que des conseils en management. Il peut également intervenir en leur faveur auprès de ses partenaires et d'investisseurs.

UN RÉSEAU DE PRESCRIPTION ET D'INFLUENCE

• LE CERCLE BEAUMARCAHIS

Pôle de rencontre unique, cœur du Sommet du luxe et de la création, le Cercle Beaumarchais réunit des entrepreneurs et des créateurs et leur offre une position privilégiée pour :

- développer un large réseau
- construire des projets innovants
- mener des études inédites
- renforcer leur capacité d'influence et de lobbying

Les membres du Cercle Beaumarchais sont liés par un fort esprit d'entreprise et de solidarité.

Toutes ces informations, l'actualité du Sommet du luxe et de la création et la Lettre du luxe peuvent être consultées sur le site internet : www.sommet-du-luxe.com