

10EME RENCONTRE DU LUXE ET DE LA CREATION

En réunissant des personnes issues d'horizons et d'expériences les plus divers, le Centre du luxe et de la création contribue à la promotion d'une réflexion transversale, riche et originale, dont le point d'orgue est la Rencontre du luxe et de la création. Cette Rencontre annuelle est un lieu d'échanges et d'expression ouvert. Elle réunit les créateurs emblématiques, les entrepreneurs qui font le luxe, mais aussi des stratèges, des chercheurs, des sociologues, des philosophes, des journalistes. Rendez-vous attendu, elle inspire chaque année les idées, les projets et les courants qui animent en profondeur l'évolution de la « planète Luxe ».

LUNDI 21 MARS 2011

ODYSSEE DU LUXE

Perspectives d'un marché en révolution

GRAND HOTEL INTERCONTINENTAL

Sous le haut patronage de

Frédéric Mitterrand, ministre de la Culture et de la Communication,

Eric Besson, ministre auprès de la ministre de l'Economie, des Finances et de l'Industrie,

chargé de l'Industrie, de l'Energie et de l'Economie numérique

Pierre Lellouche, secrétaire d'État auprès de la ministre de l'Économie, des Finances et de l'Industrie,

chargé du Commerce Extérieur.

Après deux ans en demi-teinte pour le luxe, un nouvel essor s'annonce. Là où la crise aura eu des conséquences néfastes pour certains, elle aura permis à d'autres de se remettre en question, de tracer de nouveaux chemins en évitant les sens giratoires. Les marchés émergents ont ainsi soutenu la croissance et compensé la baisse d'activité dans les marchés mûrs. Et les nouveaux eldorados sont et seront la Chine, la Russie, les Emirats, bien sûr, mais aussi le Vietnam, le Brésil ou le web...

L'odyssée du luxe se poursuit et se nourrit de ses voyages vertigineux à travers le monde réel ou imaginaire. C'est cette traversée continuelle que nous explorerons cette année aussi bien du point de vue de la création et de l'innovation, que de la commercialisation ou encore de la stratégie, pour comprendre les perspectives d'un marché en révolution. La saga du luxe n'est pas finie, elle ne fait que commencer.

09h00 : Allocution d'ouverture, Eric Besson*, ministre auprès de la ministre de l'Economie, des Finances et de l'Industrie, chargé de l'Industrie, de l'Energie et de l'Economie numérique

09h15 : Introduction de la journée, Jacques Carles, président du Centre du luxe et de la création

* Sous réserve de confirmation

9h30 – 11h00 – La mythologie des marques, voyage au centre du luxe

A l'heure de la globalisation, l'image d'excellence et de perfection véhiculée par les marques se diffuse hors des frontières, en ondes de plus en plus puissantes, et séduit l'imaginaire de clients jusqu'à l'autre bout de la planète. Comment les marques racontent-elles leur histoire dans ce contexte ? Quelles sont les nouvelles lois du storytelling dans le luxe ? Comment entretient-on ou crée-t-on son image que l'on s'adresse à un marché de niche ou à un marché « de ruche » ?

Entre petits récits et grandes narrations, quelles sont les Pythies à invoquer pour créer sa légende, valoriser sa marque et séduire sa clientèle en renforçant la relation avec elle ? Qui sont les Homère d'aujourd'hui, ces passeurs de la pensée mythique du luxe ?

- *Success stories du luxe et plus-value de l'imaginaire de marque*
- *Moyens et méthodes pour créer une image de marque*
- *Communication de marque : entre storytelling et merchandising*

Intervenants :

- Jean-Christophe Bédos, président directeur général, Boucheron
- Noé Duchaufour-Lawrance, designer, président de Neonata
- Richard Geoffroy, chef de cave, Dom Pérignon
- Terry de Gunzburg, présidente et fondatrice, By Terry
- Hervé Léger, couturier, président d'Hervé L. Leroux, Talent d'Or 2010
- Yves Michaud, philosophe

11h00 – 12h30 – L'Eldorado de la création : à la conquête du produit culte

La terre promise du luxe, c'est l'objet culte, celui qui saura transcender l'identité d'une marque et perdurer dans le temps. Comment le crée-t-on ? Faut-il s'autoriser tous les essais pour y parvenir, sans cesse inventer de nouveaux produits pour espérer en voir un émerger ? Tout comme Ulysse, « l'inventif », héros des voyageurs, des audacieux et des créateurs passe par mille tours et détours avant de s'en retourner chez lui ?

Comment provoque-t-on les ruptures qui conquièrent de nouveaux territoires de création et d'innovation ? Et jusqu'où faut-il aller pour trouver ce graal : jusqu'à quel point les maisons de luxe peuvent développer de nouveaux produits sans se fourvoyer ? Plus encore, au sein d'un marché du luxe mondial, est-il possible qu'un produit fasse consensus planétaire ?

- *Entre conception et fabrication, les « recettes » de la création du produit de luxe*
- *Innover et inventer de nouveaux marchés par la création*
- *Diversification produits ou spécialisation, quelle stratégie privilégier ?*

Intervenants :

- Sam Baron, designer
- Augustin Depardon, directeur général, cognac Louis XIII (Groupe Rémy-Cointreau)
- Vincent Grégoire, directeur du département Art de Vivre, Nelly Rodi
- Bertrand Raynaud, président, Ercuis et Raynaud

- Elisabeth de Senneville, techno-designer
- Christine Walter-Bonini, directeur général, groupe Esmod

La matinée sera animée par Patricia Martin, journaliste et producteur sur France Inter.

12h30 – 14h15 déjeuner

14h15 – 15h45 – L'aventure commerciale : construire en terra incognita

Un marché sans frontières et aux possibles presque infinis forme l'immense carte au trésor des maisons de luxe. Comment s'installer ailleurs pour étendre ses parts de marché ? Pour réussir faut-il être un pionnier en terre inconnue ? Comment déterminer les marchés porteurs selon son identité de marque ? Faut-il, et comment, adapter ses produits à une clientèle locale ?

Et pour réussir doit-on à tout prix s'exporter ? La terre du luxe est-elle plus dorée ailleurs ? Le Web, quatrième dimension de ce formidable périple commercial, véritable ailleurs sans localisation, ne sera-t-il pas le nouveau terrain d'expression du luxe et selon quelles modalités ? Comment alors retranscrire sur l'Internet cette expérience unique et sensorielle que les marques proposent une fois franchie la porte de leur maison ?

- *Où et comment s'exporter aujourd'hui : quels modes de distribution pour quels nouveaux marchés?*
- *Potentiel, défis et menaces des pays émergents*
- *Le web est-il une destination comme une autre pour le luxe : comment concilier e-commerce et préservation des valeurs du luxe ?*

Intervenants :

- Michel Campan, directeur associé, Same Same Agency
- Etienne Cochet, directeur général, Maison & Objet-SAFI ; président, Paris Capitale de la création
- Hervé Martin, directeur général, Baccarat
- Frédéric Mathon, président, Mathon Paris
- Maria Luisa Poumaillou, présidente, Maria Luisa
- Alain Schimel, président, Zilli

15h45 – 17h15- L'Épopée stratégique : nouveaux modèles du luxe

2011 est une année charnière pour un marché du luxe en expansion et en transformation rapide : montée en puissance d'un désir de consommation durable, brouillage des cibles, émergence de marques nouvelles, révolution digitale... tout converge vers un changement de paradigme. Le renouvellement permanent de la création, la maîtrise de la fabrication et de la distribution, le développement de boutiques dans des pays émergents qui ne cessent de développer leur appétit de luxe, sont autant de défis à relever.

La taille et le volume seront-ils comme dans d'autres secteurs d'activité, les critères stratégiques déterminants ? Face à l'ampleur du phénomène de globalisation, comment adopter la stratégie des entreprises à ce nouvel environnement en pleine mutation ? Quel tournant prendra l'épopée glorieuse du luxe ?

- *Choisir entre l'intégration verticale et l'intégration horizontale : quelles stratégies de croissance ?*

le CENTRE du LUXE et de la CREATION

- *Les défis du luxe de demain : luxe de niche ou « luxe de ruche »*
- *Quels business models privilégier après la crise ?*

Intervenants :

- Philippe Bénacin , président, InterParfums
- Jacques Carles, président , Centre du luxe et de la création
- Olivier Gagnère*, designer
- Anne Le Borgne, gérante du fonds Amundi Luxe
- Thibault de Saint Vincent*, président, Barnes International
- Frédéric Winckler, président, JWT Paris

* *Sous réserve de confirmation*

L'après-midi sera animée par Karine Vergniol, journaliste sur BFM Business.