



Le Centre du luxe et de la création est le think tank et le do tank de référence des métiers du luxe et de la création. Son but ? Inventer et construire les voies d'avenir du luxe à travers ses dimensions créatives, sociologiques et économiques. Il contribue ainsi à la promotion d'une réflexion transversale, riche et originale, dont le point d'orgue est le Sommet du luxe et de la création. Lieu d'échange et d'expression, le Sommet inspire chaque année les idées, les projets et les courants qui animent en profondeur l'évolution de la « planète Luxe ».

Plus que jamais, le luxe doit entretenir le rêve pour faire perdurer sa croissance. La part symbolique du produit comme celle de l'expérience ou de l'achat sont ainsi fondamentales aujourd'hui pour construire la valeur : la valeur ajoutée du luxe ne se crée qu'à l'aune de la valeur perçue par le client.

Dans ce jeu destiné à mieux faire monter la cote du luxe, ce sont bien tous les sens de sa et de ses valeurs qui seront questionnés durant le 16^e Sommet du luxe et de la création. Car le client veut tout : un luxe créatif et surprenant, mais auquel il participe. Il veut un luxe à la pointe du progrès et du digital, mais qui soit fait main et avec la plus grande humanité, tant dans la production que dans le service.

Comment dès lors concilier ces nouveaux paradoxes du luxe, ces valeurs renouvelées qui devront porter le luxe de demain ?

INFORMATIONS PRATIQUES

Pour toute information, appelez le +33 (0)1 56 58 50 74 ou rendez-vous sur www.sommetduluxe.com

Cercle de l'union interalliée

33, rue du Faubourg Saint-Honoré - 75008 Paris

Accès :

Bus 52 D'Aguesseau

Metro Madeleine, Concorde

Parcs de stationnement : Concorde, Madeleine,

Malesherbes

Renseignements et inscription :

Centre du luxe et de la création

1, rue Madame - 75006 Paris - France

Tél. : +33 (0)1 56 58 50 74

Fax : +33 (0)1 56 58 51 51

E-mail : evenementiel@centreduluxe.com

Conditions de participation :

- Conditions générales de vente disponibles sur www.sommetduluxe.com, merci de vous y référer concernant les conditions d'annulation.
- Accueil à partir de 8h30.

Frais d'inscription : 1 188 euros TTC (990 euros HT + TVA à 20 %)

Ce prix comprend la participation au Sommet du luxe et de la création et le déjeuner. Affectable à la formation professionnelle. Si vous souhaitez assister au dîner de gala de remise des Talents du luxe et de la création qui suit le Sommet, nous réservons quelques places sur www.sommetduluxe.com. Inscription par chèque : à libeller à l'ordre du Centre du luxe et de la création. Inscription par virement : nous contacter ou aller sur www.sommetduluxe.com. Vous souhaitez suivre nos activités toute l'année ? abonnez-vous gratuitement à la newsletter sur www.centreduluxe.com. Vous pouvez également rejoindre le Cercle du luxe.



le CENTRE du LUXE et de la CREATION

Le Centre du luxe et de la création, une marque de Carles & Associés.

Carles & Associés

le CENTRE du LUXE et de la CREATION

NOUVELLES VALEURS DU LUXE

16^e SOMMET DU LUXE ET DE LA CRÉATION
Mardi 30 janvier 2018 - Cercle de l'union interalliée - Paris

Sous le haut patronage de **Bruno Lemaire**, ministre de l'Économie et des Finances et de **Françoise Nyssen**, ministre de la Culture

9h00 Ouverture du 16^e Sommet du luxe et de la création

9h30 > 11h00

Créer de la valeur dans le luxe : enjeux 2018

Au cœur de la création de valeur du luxe, le produit ne suffit plus désormais à construire la valeur ajoutée des marques. Il faut ainsi compter avec l'expérience d'achat et la relation que la marque est capable de construire avec ses clients.

Comment crée-t-on la valeur dans le luxe aujourd'hui ? Quelles sont les transformations que subissent les Business Models du luxe ? Comment continuer à faire naître le désir dans un marché surexposé et de plus en plus concurrentiel ?

Sabina Belli, directrice générale, groupe Pomellato

Jacques Carles, président, Centre du luxe et de la création

Isabelle Ginestet-Naudin, directrice du pôle des Industries Créatives, Bpi France

Nathalie Guiller-Tual, CEO, Rhums des Trois Rivières

Aurélien Picaut, directrice Horlogerie, Fabergé

Chantal Roos, CEO, Roos&Roos

11h00 > 12h30

Le luxe engagé, éthique et valeurs morales du luxe

Traversé par les contradictions, le luxe est à la fois dépense somptuaire et étendard de la pérennité. Mais désormais, il ne fait plus discussion qu'il doit être exemplaire pour plaire. Comment se construit cette exemplarité ? Car depuis 20 ans que les questions de développement durable sont discutées par le luxe, les marques ont chacune trouvé leur voie. Quels sont les engagements des maisons et les stratégies de développement durable ? En quoi cela impacte-t-il les évolutions du luxe ?

Laurent Boillot, CEO, Guerlain

Louis-Albert de Broglie, CEO, Deyrolle

Isabelle Capron, vice-présidente Icycle Shanghai Fashion Group et directrice générale du Centre de Design de Paris

Marie-Claire Daveu, directrice du Développement durable et des Affaires institutionnelles internationales, Kering

Stephen Lussier, Executive VP-Marketing de De Beers Group et CEO de Forevermark

Rahul Mishra, CEO, Rahul Mishra Designs, ambassadeur de l'Istituto Marangoni

12h30 > 14h15 Déjeuner

14h15 > 15h50

Le magasin du futur

La distribution du luxe évolue à grande vitesse : les marques ont pris la mesure de la puissance du e-commerce et cherchent à accroître et pérenniser leur trafic. Développement de services personnalisés, expérience augmentée, simplification des process, quel sera l'avenir du retail et du e-commerce ? Quels seront les nouveaux équilibres entre wholesale et retail ? Quelles sont les bonnes pratiques en la matière ? Va-t-on vers un retailtainment ou vers une artification du luxe ?

14h15 > 14h35

L'exemple du Corso - 1^{er} mall premium français à Nice

Frédéric Laloum, General Manager Leasing, Altarea Commerce

Patrick Jouin*, designer, Agence Jouin Manku

Jonathan Siboni, CEO Luxurynsight

14h35 > 15h50

Les nouvelles valeurs du (r)etail

Bruno-Roland Bernard, Corporate and Financial Communications Director, Yoox Net-a-porter group

Patrick Chalhoub, codirigeant, groupe Chalhoub

Julie El Ghouzzi, directeur, Centre du luxe et de la création

Massimo Fubini, fondateur et PDG, Contactlab

Antoinette Lemens, CEO, Lemensearch

15h50 > 17h20

Valeurs perçues et société en mutation

Longtemps le luxe a été perçu comme un marché de l'offre. Mais avec la prise de pouvoir par le client à travers les réseaux sociaux et la dimension participative de notre société, les choses changent. Le luxe doit désormais mener une révolution « customer centric ».

Les marques doivent-elles faire évoluer leurs valeurs pour répondre aux nouveaux désirs, s'adapter ou mourir ? Quelles sont les nouvelles formes de consommation du luxe pour les jeunes générations et les réponses des marques ?

Olivier Abtan, Partner and Managing Director, Boston Consulting Group

Aline Asmar d'Amman, Architecte, directrice artistique du Crillon

Alessandro Bastagli, CEO, Shanghai Tang

Jean-Claude Biver, président, la Division Montres du groupe LVMH

Hugues Fabre, directeur de la Stratégie et de l'expérience Client de la marque DS

Géraldine Michel, professeur de marketing, IAE de Paris

Les tables rondes seront animées par **Patricia Martin**, productrice et journaliste sur France Inter, **Karine Vergniol**, productrice et journaliste sur BFM Business et **Astrid Wendlandt**, journaliste.

*Sous réserve

Découvrez les portraits sur www.sommetduluxe.com