

le CENTRE du LUXE et de la CREATION

Un contexte mondial disruptif

Alors que la crise sanitaire et économique n'avait pas encore complètement éclatée en France le 4 mars dernier, les propos des intervenants du 18ème Sommet du luxe et de la création prennent aujourd'hui un écho particulier en cette période de confinement.

A cet égard, je tiens à rendre hommage à la réflexion magistrale de **Bertrand Badie**, professeur à Sciences Po. L'analyse que vous retrouverez ci-dessous permet non seulement de **comprendre le contexte mondial disruptif** dans lequel les industries du luxe vont devoir bâtir leurs stratégies de développement à venir, mais aussi de décrypter les faiblesses de nos économies face au COVID-19.

Vous trouverez dans la newsletter d'aujourd'hui, ainsi que dans les suivantes, les analyses développées au cours de cette journée riche et passionnante.

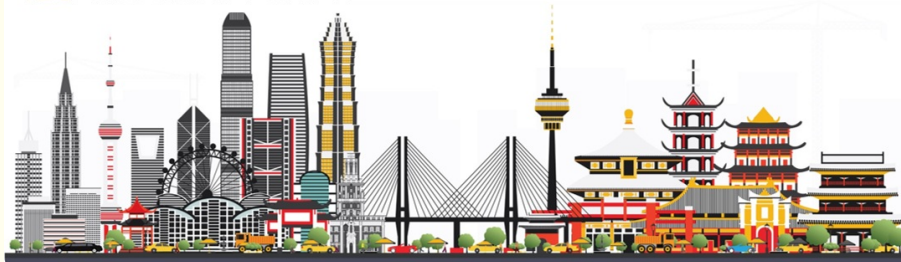
Le Centre du Luxe et de la Création ayant ouvert une veille spécifique sur la Chine, vous retrouverez notre rubrique **Regards sur la Chine**, ainsi que les premiers résultats tout à fait encourageants de **l'indice de rebond en Chine** développé par Promise Consulting.

A cet égard, il est intéressant de noter que la boutique d'Hermès à Guangdong a fait 2,7 millions de dollars en une journée - le jour d'ouverture après le confinement !

Prenez bien soin de vous et de vos proches !

Jacques Carles

REGARDS SUR LA CHINE



Un indice de rebond de la consommation en Chine, développé par **Promise Consulting**

Avec cet indice, Promise Consulting mesure:

- La fréquence avec laquelle chaque individu pratiquait un ensemble d'activités avant la pandémie, reflets de l'activité économique, culturelle et sociale,
- Le ralentissement opéré par chacun pendant la pandémie

- Et enfin la perspective de retour à la normale dans les 15 prochains jours.

A l'évidence la principale incertitude reste, en dehors d'une reprise éventuelle de la pandémie (hypothèse non exclue), la vigueur de la reprise de l'activité économique. Les premiers résultats révèlent qu'une reprise est en cours mais qu'elle est (et sera) sélective. La principale incertitude à ce jour demeure encore la limitation des déplacements dans et à l'extérieur de la Chine. Et à l'évidence, les contours « du Monde d'après » dessinent une Chine différente.

Télécharger le communiqué [#COVID-19 CHINE : REBOND SURPRISE DE LA CONSOMMATION MAIS UN SCENARIO NOIR EST TOUJOURS PREVISIBLE](#)

Télécharger [le formulaire de souscription de l'indice](#)

Perspectives macroéconomiques

Et si le gouvernement misait sur la demande domestique pour relancer l'économie chinoise? [Lire la suite ...](#)

Le Live-Streaming pour les marques de luxe?

Si le live-streaming est, à l'évidence, un outil en Chine pour les marques de luxe, notamment durant cette période de déconfinement progressif, de récentes expériences pose la question de la place de ce mode de communication. [Lire la suite ...](#)

Après COVID-19: E-commerce du luxe en Chine

Si la vente du luxe en ligne ne représente que 10% de la totalité de ventes, quelles sont les perspectives pour Secco, plateforme e-commerce spécialisée des produits haut de gamme et pour Tmall d'Alibaba ? [Lire la suite ...](#)

Entreprises - Finance - Marchés

- Le 2 avril 2020, Qiu Yafu, président du groupe chinois Shandong Ruyi, a pris la présidence de Renown, sa filiale de vêtements japonais.
- Fin mars, Fosun International (actionnaire majoritaire de Lanvin) a acquis une participation de 68% dans la marque américaine de cosmétiques à base de plantes Wei Beauty.
- Mars, la designer-couturière Grace Chen a été sélectionnée dans le programme 2020 de « EY Entrepreneurial Winning Women Asia-Pacific ». Grace Chen a fondé sa marque en Chine en 2009.

(Sources: CNBC/Jin Keyu, Xinhuanet, Fashion Network, Reuters, Technode, Luxe.co, Ladymax, Jing Daily, BoF China, Ruder Finn Asian, Bain & Company)



Le compte-rendu complet de la table ronde "Un contexte mondial disruptif" est disponible en cliquant [ici](#).

Pour comprendre le contexte mondial dans lequel les industries du luxe vont devoir bâtir leurs stratégies de développement dans les années à venir, **Bertrand Badie**, professeur à Sciences Po, nous a invité à revisiter les trois grandes ruptures politiques qui ont impacté notre monde depuis 1945.

Notre monde actuel est d'autant plus disruptif que nous avons insuffisamment intériorisé les ruptures que sont la décolonisation, la dépoliarisation et la mondialisation dans nos politiques publiques, comme dans nos stratégies privées.

D'où l'émergence d'une nouvelle boussole géopolitique ayant comme principal pôle « la puissance de la faiblesse ». Les trois autres points cardinaux structurant désormais nos comportements étant les enjeux d'insécurité sociale, sanitaire et environnementale.

C'est dans ce contexte particulièrement disruptif que **Christophe Lecourtier**, directeur général de Business France, a rappelé pourquoi le luxe était un contre-exemple des critiques généralement formulées à l'encontre de la mondialisation. Preuve ou victime de son succès, les entreprises du luxe dont parfois certains joyaux de notre patrimoine, attire des investisseurs, majoritairement asiatiques, qui doivent parfois appeler notre vigilance.

Tout l'enjeu pour la France va être de comprendre que ce qui était vrai hier, risque d'être périmé demain. A cet égard, Business France convaincu que les ETI et les PME ont un potentiel très fort pour notre économie et nos emplois, mène une action de soutien en ce sens. Avec les nouvelles technologies 4.0 et l'impression 3D, il est, par exemple, désormais possible de produire des petites séries plus customisées, tout à fait adaptées aux petites structures.

L'actualité du Coronavirus occupant déjà tous les esprits le 4 mars 2020, **Patricia Martin**, journaliste à France Inter, a posé la question de la mondialisation face à cette crise.

Plusieurs responsables politiques et économiques ayant déjà indiqué la

probable re-localisation ou re-régionalisation de certaines productions, qu'en sera-t-il vraiment ? S'il était trop tôt pour répondre à cette question, la réalité sera sans doute intermédiaire.

Mais tous ont été unanimes pour reconnaître que nous vivions la fin de la mondialisation heureuse et ce d'autant plus, comme le rappelait le **Professeur Badie** que nous n'avions toujours pas intériorisé les exigences de sécurité sanitaire. Dit aujourd'hui, cela semble une évidence, mais cette parole a bien été prononcée le 4 mars 2020.

Les analyses présentées tant par le Professeur Badie que par Christophe Lecourtier ont eu une résonance particulière pour Hubert Barrère.

En effet, en tant que directeur artistique de la Maison Lesage et corsetier pour la maison Chanel, **Hubert Barrère** espère que les disruptions du contexte mondial vont accélérer le retour aux vraies valeurs, voire imposer la traçabilité de la production et des savoir-faire.

En effet, il perçoit une demande de vérité toujours plus importante de la part de la clientèle de la haute couture. Parmi toutes les valeurs qui constituent l'ADN du luxe, le luxe se doit d'être cohérent. Et un contexte économique et politique mondial qui prendrait davantage en compte la sécurité humaine serait cohérent avec les valeurs du luxe. Par essence, le luxe est en effet le secteur des métiers de la main, donc une activité profondément humaine.

A ce sujet, **Astrid Wendlandt**, auteur du livre « Le luxe à la conquête du monde », rappelle que M. Jean-Louis Dumas - Hermès professait que le siècle de demain sera un siècle de la main. Elle souligne également que les jeunes veulent acheter des choses faites à la main. Durer ou pouvoir se revendre sans venir grossir les déchets qui bien souvent polluent l'environnement. Ce qui donne une nouvelle raison à M. Jean-Louis Dumas - Hermès, qui comme le mentionna Hubert Barrère, avait déclaré que le vrai luxe était celui qui se réparait.

D'où la décision récente du gouvernement français qui s'apparente comme une véritable disruption politique, d'interdire aux entreprises de la mode de détruire leurs stocks. **Astrid Wendlandt** souligne tout le mérite de cette décision qui s'apparente à une réforme tout à la fois audacieuse pour l'industrie du luxe et inscrite dans l'histoire.

Question provocatrice pour un secteur d'activité qui repose sur une consommation toujours renouvelée, Patricia Martin demande s'il faut continuer à consommer autant ?

Hubert Barrère reconnaît qu'il est peut-être temps de revoir le rythme de 10 collections par an et de valoriser la qualité plutôt que la quantité de consommation. Sommes-nous à l'aube d'une nouvelle ère selon laquelle less is more ?

Ce dernier reconnaît aussi que la mode est « changement » par définition. Les bouleversements du monde ne changent pas les processus de création, ils obligent à penser différemment. A cet égard, Hubert Barrère évoque un de ses souvenirs de disruption avec Karl Lagerfeld : l'invention des tailleurs en imprimante 3D entièrement re-brodés. L'association des nouvelles technologies à la tradition, avait permis une création inimaginable au temps de Mademoiselle Chanel. L'incarnation de la disruption !

Le Professeur Badie rappelle enfin que le mixage culturel est à l'origine d'un subtil dosage où co-existent le désir d'imiter l'autre et le désir d'affirmer sa propre identité.

N'oublions pas que, déjà à l'époque des Tang, la dame chinoise se distinguait des autres en portant des bijoux persans pour être en communion avec d'autres cultures.

Vous, les acteurs du luxe, avez un rôle formidable à jouer ! Vous êtes au premier rang de ces brassages culturels. Et c'est ainsi que le

Professeur Badie a eu le dernier mot !

Vous souhaitez connaître les dernières actualités du Centre et de l'industrie du luxe et de la création ? Suivez nous sur les réseaux sociaux !

Centre du luxe et de la création
1, rue Madame
75006 Paris
contact@centreduluxe.com



Vous souhaitez devenir:

Membre du Cercle du Luxe et de la Création
Partenaire d'une prochaine Matinée ou Soirée du Sommet du Luxe et de la
Création ?

Contactez-nous à contact@centreduluxe.com ou au 01.56.58.50.74.

LA LETTRE DU LUXE ET DE LA CRÉATION

Directeur de la publication :

Jacques CARLES, Président du Centre du Luxe et de la Création

Rédactrice en chef :

Dominique LASSERRE, dominique.lasserre@centreduluxe.com.

Cet email a été envoyé à {EMAIL}.
Si vous ne souhaitez plus recevoir de courrier de notre part :

[Se désinscrire](#)

© 2020 Centre du Luxe et de la Création