

le CENTRE du LUXE et de la CREATION

Lettre du Centre du Luxe et de la Création, le 26 mai 2023



Le prochain Sommet du luxe sera l'occasion de s'interroger sur la relation complexe entre l'intelligence artificielle et la création, sur les métiers qui seront touchés et sur le mode de fonctionnement des entreprises de luxe, des ateliers, des sous-traitants aux marques.

Qu'advient-il ? Qu'est-il souhaitable d'imaginer ? Que faut-il éviter ? Bref la mouvance de nos lendemains n'a jamais été aussi grande.

Jean Gabriel Ganascia dont nous livrons ici le portrait est un des scientifiques, mais aussi philosophe, spécialiste de l'intelligence artificielle qui a le plus réfléchi à ce sujet. Professeur à la Sorbonne, chercheur au Cnrs, il interviendra dans la matinée pour que notre réflexion commune soit nourrie des meilleures informations et d'une analyse prospective éloignée des fantasmes tout en étant réaliste quant aux changements profonds qu'il faut attendre.

Ma conviction, que je développerai dans les débats qui ne manqueront pas de s'ouvrir pendant le Sommet, est que parmi les métiers qui risquent de disparaître sous la pression d'une intelligence artificielle, supposée par certains remplacer l'intelligence humaine, ne devraient figurer aucun des métiers d'art, des activités qui sont source de création ou des services dont le raffinement exige une telle attention que la rationalité envahissante ne pourra jamais apporter cette touche délicate qui les anime.

Mais comment évolueront le management, l'analyse marketing, la planification stratégique, les outils de simulation à tous les stades de la conception et de la production ? Nous nous efforcerons ensemble avec les intervenants de formuler des réponses et de tracer les chemins d'une vision clairvoyante. C'est la mission principale du Sommet du luxe.

De la quête de la création à celle de la beauté, il n'y a peut-être qu'un pas comme en témoignent les recherches sur le transhumanisme des grands patrons, tels qu'Elon Musk.

Dans quelle mesure le beau peut-il se jouer de nous ? Je remercie Marie-Clémence Barbé-Conti qui ouvre une réflexion sur ce sujet.

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

Une bannière promotionnelle avec un fond noir et doré. À gauche, le titre '20^E SOMMET DU LUXE ET DE LA CRÉATION' et les dates 'Jeudi 15 juin 2023' et 'Hôtel Intercontinental Paris Le Grand'. Au centre, une image de la Vierge Marie tenant un globe lumineux. À droite, le titre 'L'ÂME DU LUXE' et la question 'Quels sont les repères et les valeurs qui façonnent l'âme du luxe aujourd'hui ?'.

[Découvrir le programme du Sommet](#)

[Découvrir le programme de la Cérémonie](#)

[Je m'inscris](#)

Le portrait de l'un de nos intervenants
au Sommet du Luxe et de la Création, le 15 juin 2023



Jean-Gabriel Ganascia

**Professeur, Sorbonne Université,
Membre honoraire Institut Universitaire de France**

Découvrir

La conspiration du Beau

Episode 1 : Avec ou sans filtre(s) ?

Par Marie-Clémence Barbé-Conti - Journaliste

Imaginons un instant que la Catherine Deneuve d'aujourd'hui soit encore celle de l'affiche de Cannes 2023, immortalisée dans la splendeur de son âge d'or. C'est ce type d'arrêt sur image que conte le film d'anticipation « Le Congrès » (1). Il y est question d'une époque qui ressemble furieusement à la nôtre : Miramount, la Major compagnie hollywoodienne du scénario, veut préserver coûte que coûte dans sa plénitude l'image de sa star (Robin Wright jouant son propre rôle) ... en la « scannant » pour l'éternité.

Comme dans le « Cinquième élément » de Luc Besson l'héroïne, dont le double numérique a pris la place sur grand écran, trouvera son salut grâce à l'amour... transformant un scénario glaçant, où l'âme et la réalité ont été abolies, en odysée de l'intime.

« Cacher son corps vieillissant aux yeux du monde » est plus que jamais devenu une fixation universelle. Les philosophes et sociologues ont beau nous mettre en garde

contre la tyrannie des apparences et de la visibilité, rien n'y fait. En jouant avec toutes les idées d'elle-même, belle, laide voire trash, jeune ou vieille, la reine de l'autoportrait Cindy Sherman nous a pourtant si souvent avertis des dangers de jouer avec l'image, les stéréotypes, les diktats.

S'offrir le luxe de donner une image de soi « en beaucoup mieux » sur les réseaux serait ainsi devenu un obscur et irrésistible objet de désir. Une quête rendue possible grâce à toute une palette de filtres labellisés TikTok... partenaire officiel du festival de Cannes cette année. Ils peuvent rendre les traits méconnaissables. Sans filtre, c'est l'horreur: en retrouvant leur « vrai » visage, certains teenagers s'épouvantent. Selon les spécialistes, ils souffriraient de « dysmorphobie ».

La palme d'or revient pour l'heure à l'Américain Bryan Johnson, 45 ans. Il dépense 2 millions de dollars par an pour retrouver son corps de 18 ans, au-dedans comme au dehors. Ce « Benjamin Button » en herbe (le film éponyme où Brad Pitt nait vieillard et meurt bébé) l'assure: on peut accéder à cet « idéal de vie » pour 1590 euros par mois. 1750 personnes le suivraient dans le monde (2). Bryan a pour l'instant gagné cinq ans sur son horloge biologique. Il a du pain sur la planche mais fait le bonheur des marchands de crèmes pour la peau dont le marché, par ailleurs, explose, tout comme celui du maquillage.

Tous en scène, auto-recréés dans une réalité dopée à l'IA? Comme l'analyse le sociologue Gilles Lipovetsky, voici venu le temps d'une « obsession et d'une pratique narcissique de masse » (3). Quant aux petits suppléments d'âme que sont l'aura, le magnétisme et le charisme, nulle entreprise à ce jour ne les propose dans ses rayons

Episode 2...dans la prochaine newsletter

MCBC/ mcbbc@presse-conseil.com

(1) « Le Congrès » / Ari Folman - 2014

(2)https://www.ladn.eu/tech-a-suivre/bryan-johnson-lhomme-qui-rajeunit-en-direct-sur-les-internets/?utm_source=newsletter_ladn&utm_medium=email&utm_campaign=news_ladn_tendance&utm_content=20230311

(3) Gilles Lipovetsky/ « L'esthétisation du monde - Vivre à l'âge du capitalisme artiste » (Gallimard)

PARTENAIRE DATA OFFICIEL DU SOMMET DU LUXE

LUXURYNSIGHT
EMPOWERING DATA

Luxuryinsight, est heureux de partager chaque semaine une sélection d'articles pour vous accompagner jusqu'au 15 juin prochain, date à laquelle se tiendra la grande journée dédiée à la réflexion sur l'âme de luxe, lors du Sommet du Luxe et de la Création à l'InterContinental Paris Le Grand.

Cette sélection hebdomadaire est réalisée à l'aide de [LY News](#), la plateforme de génération de newsletters stratégiques pour les décideurs du luxe.

La créativité est-elle l'apanage de l'être humain? Cette question abordée dans l'article publié par The Conversation, sera également posée au cours du prochain Sommet du luxe.

L'intelligence artificielle est-elle vraiment créative ? - The Conversation

L'incroyable potentiel de création ouvert par l'IA permet de se réinterroger sur la notion même de créativité mais aussi sur celle de la propriété : « *l'œuvre appartient-elle à l'algorithme, aux milliers d'artistes dont l'IA va s'inspirer, au prompteur qui a réussi à décrire le style, ... ?* » .

'Design me a chair made from petals!': The artists pushing the boundaries of AI - The Guardian

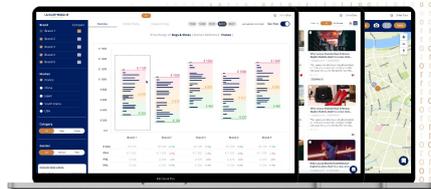
Comment l'IA peut-elle créer la désirabilité d'un produit virtuel? Les exemples présentés dans cet article préfigurent-ils qu'un jour l'IA sera à l'origine d'objets cultes ?

Autre sujet lié aux technologies IA, celui de la réglementation, particulièrement importante en ce qui concerne la création.

La 1^{ère} plateforme de data intelligence des acteurs du luxe, de la mode et de la beauté

Suivez les activations de marque, les tarifs, les réseaux de distribution et l'actualité du luxe en temps réel sur notre plateforme de data monitoring

DÉCOUVREZ LUXURYNSIGHT



Nous tenons à remercier nos partenaires pour le soutien qu'ils apportent au Centre du Luxe et de la Création



SciencesPo



COGITECH



LUXUS +



Directeur de la publication :

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

Rédacteur en chef :

Dominique Lasserre, directrice associée du Centre du luxe et de la création

dominique.lasserre@centreduluxe.com

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



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

[Se désinscrire](#)

© 2023 Centre du luxe et de la création

LA LETTRE DU LUXE ET DE LA CRÉATION®