

Lettre du Centre du Luxe et de la Création, le 21 juillet 2023

Des réflexions enrichissantes et des rencontres interdisciplinaires, c'est ce que vous propose le Centre du luxe et de la création, à travers son Sommet annuel et la Cérémonie des Talents.

Au cœur de la pause estivale, cette newsletter rassemble quelques extraits du Sommet consacré à l'Âme du luxe qui abordent des sujets clés pour un luxe exemplaire.

Managers et créateurs qui font rayonner le luxe à travers le monde, ont démontré que **la RSE, la préservation des savoir-faire, l'ancrage territorial, les liens de confiance avec ses fournisseurs comme ses salariés, l'authenticité de l'offre** ... sont une réalité tangible de leur quotidien.

Ainsi **Edouard Dumas**, président de La Compagnie Dumas et **Gaspard de Moustier**, fondateur de Coucoo et d'Altipure, tous deux originaires de Bourgogne-Franche-Comté, incarnent cette jeune génération d'entrepreneurs avant-gardistes dans leurs engagements !

Il est également plus que jamais utile de rappeler, comme l'a fait **Armen Petrossian**, président d'honneur du groupe Petrossian, que **l'excellence, la rareté ou le beau** qui sont au cœur des produits et des services de luxe, reposent d'abord sur **la valeur travail**. Et comme le disait très justement **Mercedes Erra**, présidente fondatrice du groupe BETC, « *derrière un sac, il y a des heures de travail* »!

Autre grand sujet abordé lors du dernier Sommet, celui de **la transmission des savoir-faire**.

Au-delà de l'engagement des maisons de luxe en termes de formation des jeunes, à travers par exemple l'Homo Faber Fellowship, **Catherine Rénier**, CEO de Jaeger-LeCoultre, est convaincue qu'il faut davantage expliquer et partager avec la jeune génération le sens et l'intérêt des métiers du luxe.

C'est dans cette perspective que **Raphaëlle Le Baud** saisit toutes les opportunités pour faire grandir l'appétit pour les métiers d'art, à travers ses podcasts, une riche bibliothèque de conversations intimes avec des artisans d'art.

Egalement très attaché à la transmission des savoir-faire avec ses 1000 artisans d'art en Bourgogne-Franche-Comté, **Nicolas Soret**, vice-président de la Région, a pour priorité de rendre visible la beauté et la noblesse des métiers du luxe pour en renforcer l'attractivité, en investissant notamment dans la formation et la recherche !

Sujet connexe et souligné par **Léa Maalouf** du groupe Chaloub, **l'ancrage culturel** des marques est désormais un passage obligé qui est étroitement lié à l'âme d'un produit de luxe.

Ambassadrices et ambassadeurs de l'âme du luxe, les créateurs présents au Sommet telle **Christine Phung**, ont tous été unanimes : **ce sont les métiers d'art et les créateurs qui sont garants de l'âme du luxe**.

Nous vous souhaitons un bel été et vous donnons rendez-vous à la rentrée !

*Quelles valeurs pour exprimer
la quintessence du luxe de demain ?*

**Le local permet de rompre
avec une tendance à
l'uniformisation de l'offre !**

Entre la globalisation et la relocalisation, **Edouard Dumas** rappelle qu'il y a un juste milieu empreint de bon sens permettant de valoriser une expérience immersive du **local** tout en rompant avec une **uniformité** de l'offre, et ce, dans une



Edouard Dumas,
Président-directeur général,
La Compagnie Dumas

Président de l'Association
Régionale des EPV
de Bourgogne-Franche-Comté

performance environnementale et
économique.

Écoutez

Les consommateurs sont aussi nos collaborateurs !

La confiance doit être présente sur toute la chaîne de valeur, des fournisseurs aux consommateurs. C'est à cette condition qu'il sera possible de **sortir de la seule logique financière** et de comprendre les bienfaits de ce qui pourrait être appelé la *rentabilité humaine*. Président de l'association "EPV de Bourgogne-Franche-Comté", **Edouard Dumas** relie les fortes valeurs attachées à ce label, que sont la transmission et l'authenticité, à celle de la confiance.

Écoutez



Gaspard de Moustier,
Co-fondateur de Coucou
et d'Altipure

Les objectifs de RSE et de préservation de savoir-faire sont intimement liés !

Avec la RSE, les entreprises du luxe ont les moyens de s'engager dans une dynamique de progrès permanent en structurant ou en re-crédant des filières. Une telle démarche est possible sur nos territoires qui abritent encore de toutes petites entreprises exceptionnelles. **Gaspard de Moustier** observe que **la perte de savoir-faire vient souvent d'une absence ou d'une insuffisance de structuration de filière.**

Écoutez

Des KPI qui mesurent la réussite de nos engagements RSE

Combien on achète, à combien de kilomètres en moyenne ? A l'appui de son site Cabanes Coucou Grands Reflets en Franche Comté, **Gaspard de Moustier** se fixe des objectifs précis d'achats en local. Sur un site encore peu fréquenté, avec tout de même presque 90% de taux d'occupation de mars en novembre, il comptabilise 358 000€ d'achat à des producteurs locaux à moins de 31 km. C'est un indicateur qui permet de vérifier que les engagements sont tenus !

Écoutez

Le luxe a depuis toujours un rapport fort à l'humain !

Et même si le monde bouge énormément, il y a des valeurs très ancrées et très étonnantes qui perdurent et qui sont un enjeu pour le luxe, qui ont **un lien avec l'éternité et la pérennité.**



Mercedes Erra,
Fondatrice et Présidente
du Groupe BETC

Écoutez



Armen Petrossian,
Président d'honneur du groupe
Petrossian
Président Caviar Petrossian
Mercedes Erra,
Fondatrice et Présidente
du Groupe BETC

**A travers le luxe, l'excellence,
la rareté et le beau permettent
de mettre en avant la valeur
travail !**

En effet, au-delà de l'histoire et de l'ancrage territorial d'une marque, **Armen Petrossian** rappelle que les valeurs de rareté et de travail de la matière sont essentielles. **Mercedes Erra** souligne l'intérêt des journées particulières de LVMH pour notamment faire redécouvrir que « derrière un sac, il y a des heures de travail ».

Écoutez



Mercedes Erra,
Fondatrice et Présidente
du Groupe BETC
Gaspard de Moustier,
Co-fondateur de Coucou
et d'Altitude

**Une marque de luxe,
ce n'est pas juste vendre un
sac avec un coef de 10 !**

Derrière les métiers d'art et les savoir-faire artisanaux, **Mercedes Erra** rappelle qu'il y a toujours un ancrage historique avec une identité forte, un métier et du travail, que la marque soit ancienne ou plus récente. **Gaspard de Moustier** souligne à cet égard qu'un des secrets des marques de luxe se trouve justement dans cet attachement à l'histoire, au patrimoine et aux valeurs.

Écoutez

*Quelle âme transcendera
la planète luxe de demain ?*



Catherine Rénier,
CEO de [Jaeger-LeCoultre](#)

LeCoultre, c'est l'excellence basée sur le patrimoine, les savoir-faire et l'innovation

Et l'excellence, c'est aussi le collectif ! L'excellence de la manufacture Jaeger-LeCoultre repose sur un collectif, à savoir une addition d'expertises, **180 savoir-faire**, du graveur au décorateur, avec parfois plus de 1000 composants qui font un mouvement.

Écoutez

Pour que les savoir-faire continuent de vivre, de faire vibrer et de créer une émotion, il faut les expliquer et les partager.

Ouvrir les yeux aux jeunes, les intéresser à la beauté, leur faire visiter notre manufacture, leur donner des cours, les recruter, être partenaire d'écoles, mais aussi de la Fellowship d'Homo Faber...

Écoutez



Raphaëlle Le Baud,
Présidente fondatrice des [Métiers Rares](#)

Faire rayonner la technique du virtuose, la poésie du créateur et la malice du génie...

Pour faire régner la beauté à travers l'art de la matière, pour résister à l'uniformisation du monde, pour faire acheter et transmettre les métiers d'art ! Certains métiers d'art sont menacés par la rareté des formations et par la difficulté des transmissions. Peu ou plus enseignés à l'école, la responsabilité de la formation revient souvent dans les ateliers aux professionnels eux-mêmes.

Très investie pour faire grandir l'appétit pour les métiers d'art, notamment en donnant la parole à ceux qui les exercent, Raphaëlle Le Baud produit des podcasts, une riche bibliothèque de conversations intimes avec des artisans d'art.

[The Craft Project](#)

Écoutez

Le luxe est assurément un supplément d'âme pour la région Bourgogne-Franche-Comté.

C'est une région qui a une longue tradition industrielle, de l'horlogerie à la joaillerie, la lunetterie et l'art de la table aussi. Il y a tous les luxes en Bourgogne-Franche-Comté, du luxe de l'objet au luxe de l'expérience.

S'il faut avoir, comme le propose Alberto Cavalli, le courage de désirer et de demander la beauté, en Bourgogne-Franche-Comté, **on a le courage de donner la beauté, de produire la beauté et de livrer la beauté.**

Écoutez

La Bourgogne-Franche Comté



Nicolas Soret,
Vice-Président de la Région
Bourgogne-Franche-Comté,
en charge des finances,
du développement économique,
de l'économie sociale et solidaire
et de l'emploi

compte bien être une région exemplaire dans la transmission des métiers d'art !

Avec la stratégie nationale, « *Métiers de la main, Métiers de demain, Métiers d'art* », la puissance publique a plus que jamais un rôle dans l'attractivité des métiers de la main, complémentaire à celui de l'accompagnement des entreprises dans leur implantation ou dans leur développement.

Écoutez



Lea Maalouf,
Directrice des relations médias et
affaires publiques,
Chalhoub Group

L'ancrage culturel des marques est essentiel.

Les marques internationales ont compris la nécessité d'adapter culturellement leur offre pour pénétrer des régions comme le Moyen-Orient, les pays du Golfe...

Le consommateur ne cherche plus uniquement à acheter un produit, il recherche une connexion avec la marque, l'artisan, son travail... qui va au-delà de juste « je m'achète un sac à main ».

Écoutez



Christine Phung,
Créatrice de mode

L'âme est un principe vital qui donne une incarnation et une vitalité à la création.

Une créatrice de mode ou un styliste est un peu comme un chamane qui interprète ou revitalise l'âme d'une marque ou d'une maison de luxe.

Écoutez

**L'âme est la trace d'une vie,
c'est aussi l'expression d'un
sens, mais aussi un feu sacré
qui naît du travail, de
l'expérience et du talent.**



L'âme du luxe se nourrit de courants nouveaux, multiples, avec une volonté évidente de préserver les traditions, la nature et l'avenir de l'humanité. Et finalement, l'âme du luxe, c'est un monde en expansion, c'est l'ensemble des âmes, des talents qui peuplent le luxe. L'âme du luxe est enfin le nombre d'or de la spiritualité à travers les talents que le luxe met en scène

Écoutez

Conclusion de la journée
Jacques Carles,
Président du Centre du Luxe

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

RÉGION
BOURGOGNE
FRANCHE
COMTE



SciencesPo



COGITECH



LUXUS +

JOURNAL DES PALACES
NEWS-CARREFOUR

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®