



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 le Sommet 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 ».

Face aux risques d'un marché international plongé dans l'incertitude, le luxe continue de connaître une croissance élevée. Des stratégies différentes ont été déployées par les groupes, mais elles ont permis de conserver jusqu'à présent une forte présence industrielle en France et en Italie. Savoir-faire et création sont encore largement européens, garants d'une identité et d'une image qui attirent une clientèle internationale, mais pour combien de temps l'élégance française, le glamour italien, la haute technicité suisse feront-ils rêver des pays qui ne demandent qu'à faire éclore leur propre créativité ?

Si le secteur doit résister aux pressions en faveur des délocalisations, les nouveaux pays riches (Chine, Brésil, Qatar par exemple) entrent ainsi résolument dans le marché en acquérant ou en créant des marques aux ambitions non dissimulées.

Quels sont les secrets managériaux de la réussite du luxe ?

Le luxe fait rêver le consommateur, comme les investisseurs, c'est pourquoi nous proposons de le définir comme une « économie désirable » et d'en définir les règles, si elles existent...

## INFORMATIONS PRATIQUES

Pour toute information, appeler le +33 (0)1 56 58 51 54 ou visiter le site [www.centreduluxe.com](http://www.centreduluxe.com)

### Grand Hôtel InterContinental

Salon Opéra  
2, rue Scribe - 75009 Paris - France

### Accès :

Métro : Opéra, Madeleine. RER A : Auber.  
Parcs de stationnement : boulevard des Capucines, boulevard Haussmann et place Vendôme.

### Conditions de participation :

Le nombre de places disponibles étant limité, seules les 300 premières réponses accompagnées du règlement seront prises en compte. Accueil à partir de 8h30.

### Frais d'inscription : 960 euros TTC

Ce prix comprend la participation au Sommet du luxe et de la création et le déjeuner dans le Salon Opéra. Affectable à la formation professionnelle - Chèque à libeller à l'ordre du Centre du luxe et de la création. Presse : Entrée libre sur réservation.

Cérémonie de remise des Talents du luxe et de la création au Grand Hôtel InterContinental :  
**Soirée privée.** Nombre de places limité.  
Conditions d'inscription sur demande.

### 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  
Contact : Élise Beaujolais  
E-mail : [elise.beaujolais@centreduluxe.com](mailto:elise.beaujolais@centreduluxe.com)

ALTER CRÉATION



OÙ  
VA LE LUXE ?

le CENTRE du LUXE et de la CREATION

POINTS CARDINAUX  
D'UNE ÉCONOMIE DÉSIRABLE

12<sup>e</sup> SOMMET DU LUXE ET DE LA CRÉATION  
lundi 25 novembre 2013 - Hôtel InterContinental Paris Le Grand

Sous le patronage de Monsieur **Arnaud Montebourg**, ministre du Redressement productif et de Madame **Aurélie Filippetti**, ministre de la Culture et de la Communication



le CENTRE du LUXE et de la CREATION

Carles & Associés

- 9h00 **Allocution, Jacques Carles**, président du Centre du luxe et de la création
- 9h10 **Introduction de la journée, Yves Michaud**, philosophe, auteur de « Le nouveau luxe »

9h30 > 11h00

## Du savoir-faire au faire-savoir : la fabrique du désirable

Produits et matériaux d'exception, savoir-faire uniques, constituent l'inestimable fonds commun du luxe. Comment à partir de cette base se fabrique le désir, en termes de produit, mais aussi chez le client ? Si le savoir-faire est la base d'un produit désirable, il existe des produits de qualité qui ne trouvent pas leur marché. Comment se construit cette alchimie entre savoir-faire et faire-savoir qui provoque le rêve et le désir de la clientèle ? En quel point d'équilibre entre création et marketing se trouve la fabrique du désirable ?

**Hubert Barrère**, corsetier, directeur artistique de la maison Lesage, Talent de l'Audace 2008

**Bruno-Roland Bernard**, directeur communication groupe, LVMH

**Catherine Dumas**, ancienne Sénatrice de Paris, Conseillère de Paris, conseiller spécial auprès du Centre du luxe et de la création

**Alain Dutournier**, chef du Carré des Feuillants

**Vincent Grégoire**, directeur du département Art de Vivre de Nelly Rodi

**Jean-Robert Pitte**, membre de l'Institut (Académie des Sciences morales et politiques)

11h15 > 12h45

## Dream Economy : les stratégies gagnantes du luxe

Savoir-faire parfois multiséculaire, notoriété internationale des griffes aiguissent l'appétit des financiers. Les rachats de maisons de luxe deviennent légion, illustrant l'intérêt des groupes étrangers pour certaines pépites à fort potentiel, mais également les difficultés de certaines maisons à financer leur croissance. L'économie désirable du luxe est-elle une Dream Economy ? Quelles sont les stratégies gagnantes et les business models d'avenir ? Par quels vents et dans quelles directions sera portée la filière, c'est-à-dire non seulement les grands groupes, mais également les marques de petite dimension, ainsi que les sous-traitants ?

**Jacques Bolelli**, directeur de Fort Royal

**Marie-Claire Daveu**, directrice du Développement durable et des affaires institutionnelles internationales de Kering

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

**Gérard Friess**, CEO du Groupe Descamps

**Anne-Valérie Hash**, créatrice de mode

**Olivier Antignac**, président de J.M. Weston

12h45 > 14h15 **Déjeuner**

14h15 > 15h15

## Points cardinaux du luxe : analyse du secteur et conclusions prospectives

Quelles sont les nouvelles lois d'orientation du secteur, les points cardinaux de cette économie aux produits et aux business models si désirables ?

Jacques Carles, président du Centre du luxe et de la création, présentera avec nos partenaires IFOP et Grey Paris une étude sur le secteur du luxe et les déterminants socio-économiques de sa consommation, ainsi qu'un projet d'agence de notation.

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

**Stéphane Truchi**, président du directoire de l'Ifop

**Frédéric Wolff**, président-directeur général de Grey Paris

15h30 > 17h00

## Le lieu du désir : nouvelle géographie du luxe

La Chine est désormais le premier acheteur mondial de produits de luxe. Le Brésil compte 19 millionnaires supplémentaires chaque année. L'Inde ou la Corée du Sud sont des marchés prometteurs. La carte du luxe s'est ainsi modifiée en profondeur et comporte une nouvelle dimension, celle du virtuel, puisque les ventes de produits de luxe sur internet vont bondir de 20% par an d'ici à 2015. Quelle est donc cette nouvelle géographie du luxe ? Où se situe le lieu du désir ? Quel sera le développement du luxe à l'international ?

**Cécile Bonnefond**, présidente des Champagnes Piper-Heidsieck et Charles Heidsieck

**Michel Campan**, directeur général associé de SAME SAME but different

**Renaud Dutreil**, ancien ministre, président et CEO de Belleville Solutions, président de Parsons School Paris

**Jean-Noël Kapferer**, professeur à HEC Paris et co-auteur de « Luxe Oblige »

**Philippe Li**, partner chez Jones Day

**Stéphane Truchi**, président du directoire de l'Ifop

Découvrez le portrait des intervenants sur [www.centreduluxe.com](http://www.centreduluxe.com)

Les tables rondes seront animées par **Patricia Martin**, productrice et journaliste sur France Inter et par **Karine Vergniol**, productrice et journaliste sur BFM Business (Goûts de Luxe)

