



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 ».

Conquérant éclairé, le luxe détient un merveilleux pouvoir : celui de faire rêver. Les produits de luxe sont certes des biens marchands, mais ils sont également les dépositaires d'une culture qui séduit l'imaginaire de clients jusqu'à l'autre bout de la planète. L'image d'excellence et de perfection véhiculée par les marques se diffuse ainsi hors des frontières. 380 millions de clients dépensent aujourd'hui environ 730 milliards d'euros dans le luxe. Ils seront 440 millions en 2020 et dépenseront près de 880 milliards d'euros. Pour les séduire, c'est bien une stratégie de conquête qui anime le luxe : inculquer le bon goût, faire briller son aura au-delà des frontières et trouver les moyens d'un développement harmonieux.

Comment dans ce cadre maîtriser ce pouvoir et l'étendre ? Comment renforcer ses positions pour les années à venir sans se galvauder ? Comment charmer sa clientèle et maintenir le rêve, déployer sa présence, construire sa sphère d'influence ? Comment le luxe influe-t-il sur les modes, les sociétés et finalement détient-il un soft power culturel ?

INFORMATIONS PRATIQUES

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

Hôtel The Westin Paris - Vendôme

Salon Concorde
3, rue de Castiglione - 75001 Paris - France

Accès :

Métro : Concorde, Tuileries.
Parcs de stationnement : Marché Saint-Honoré,
Place Vendôme, Place de la Concorde.

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 : 1 000 euros TTC (TVA à 20%)

Ce prix comprend la participation au Sommet du luxe et de la création et le déjeuner.
Affectable à la formation professionnelle - Chèque à libeller à l'ordre du Centre du luxe et de la création.
Presse : Entrée libre sur réservation avec la carte presse. Aucune annulation ne pourra être prise en compte au-delà du 5 novembre 2014. Aucun remboursement ne sera effectué au-delà de cette date.

Cérémonie de remise des Talents du luxe et de la création au Westin Paris - Vendôme :
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



le CENTRE du LUXE et de la CREATION

LE LUXE CONQUÉRANT

POUVOIR ET INFLUENCE D'UNE ÉCONOMIE EN CROISSANCE

13^e SOMMET DU LUXE ET DE LA CRÉATION
Lundi 24 novembre 2014 - Hôtel The Westin Paris-Vendôme

Sous le patronage d'**Emmanuel Macron**, ministre de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique et avec le parrainage du ministère 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, Michel Maffesoli**, sociologue

9h30 > 11h00

Le pouvoir d'évocation et d'attraction du luxe : une identité en quête d'expansion

A travers la créativité et la maestria de ses fabrications, mais aussi grâce à sa capacité à les mettre en scène, le luxe provoque l'émotion et l'envie. Les belles matières, les produits d'excellence, les marques mythiques ou les produits cultes font rêver la clientèle internationale. Quels sont les signes à travers lesquels ce pouvoir d'évocation s'affirme ? Comment construire et renouveler en permanence les lois d'attraction du luxe ? Quels sont les leviers qui permettront de maintenir et d'agrandir le pouvoir du luxe et de ses marques ?

Poupie Cadolle, présidente de la Maison Alice Cadolle - Talent du Bien-Être 2012

Chloé Jay, directrice générale France de Van Cleef & Arpels

Hervé Léger, couturier, président d'Hervé L. Leroux - Talent d'Or 2010

Thierry Maman, directeur général de Parfums Givenchy

Guy Martin, chef-proprétaire du Grand Véfour

Anne Michaut, professeur et directeur exécutif du Certificat Luxe à HEC Paris

11h00 > 12h30

Le champ des possibles : perspectives et opportunités de croissance

L'ampleur du phénomène de globalisation offre des opportunités nombreuses et des perspectives de croissance alléchantes. Et si l'expérience prouve que plus une marque est forte plus elle peut s'étendre, encore faut-il savoir quelle est la limite d'expansion souhaitable. 2, 25, 50 magasins ou plus, jusqu'où peut-on aller sans se déprécier, augmenter son chiffre d'affaires sans perdre de puissance ? Quel est le business model à adopter en fonction de son secteur et de sa taille ? Comment trouver les investisseurs qui accompagneront ce mouvement ?

Jean-Paul Cauvin, directeur général de Julien Fournié SAS

Christophe Cervasel, co-fondateur et co-dirigeant de l'Atelier Cologne

Jean-Yves di Martino, directeur France de Vacheron Constantin

Julien Fournié, couturier, président de Julien Fournié SAS

Christophe Juarez, président du directoire de H.Mounier

Giuseppe Santoni, CEO de Santoni

12h30 > 14h15 Déjeuner

14h15 > 15h45

Le soft power du luxe : stratégies d'influence, rayonnement culturel, social et environnemental

La french touch, la dolce vita, la swiss quality... Le luxe incarne un pays, ses valeurs, sa culture, son imaginaire, qu'il contribue à faire briller à l'étranger. Véhicule de l'excellence, peut-il être le nouveau moteur économique et stratégique de « gouvernance » des peuples et des consommateurs ? Mais si tel est le cas, qui en est le guide : les pays qui l'utilisent comme vecteur de leurs valeurs ou les marques, par la force de leur storytelling et de leur CRM ? Comment le luxe doit-il alors exercer son influence sociale ?

Mario Boselli, président de la Chambre nationale de la mode italienne

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

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

Laurent Dumas, président d'Emerige

Philippe Guettat, président directeur général de Martell Mumm Perrier-Jouët

Christine Pégard*, présidente de l'Établissement public du château, du musée et du domaine national de Versailles

André Terrail, propriétaire de La Tour d'Argent

15h45 > 17h15

Le luxe influence, le client prescripteur

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 ?

Jérôme Bergeret, directeur de FashionLab, Dassault Systèmes - Talent de l'Innovation 2013

Eric Briones, directeur du planning stratégique chez Publicis EtNous, co-auteur de « la génération Y et le luxe »

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

Rachel Marouani, présidente de FRED Joaillier

Arnaud Ribault, directeur marketing et ventes Monde de la marque DS

Stéphane Truchi, président du directoire de l'IFOP

*Sous réserve

Découvrez le portrait des intervenants sur 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, Paris est à vous)