



le CENTRE du LUXE et de la CREATION

UN LUXE D'EXPÉRIENCE

14^e SOMMET DU LUXE ET DE LA CRÉATION
Lundi 1^{er} février 2016 - Hôtel Le 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.

PROGRAMME

- 9h00 **Allocution d'ouverture, 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 produit à l'expérience : les nouvelles valeurs ajoutées du luxe

Un glissement s'opère du luxe des objets vers un luxe total qui forme un véritable art de vivre. L'achat n'est plus uniquement une transaction commerciale, mais une expérience qui doit impacter notre vécu. Le produit de luxe doit-il être « plus qu'un produit » et jusqu'à quel point peut-il se détacher de sa fonction ? De quoi est faite l'expérience et comment la rendre personnelle, unique et mémorable ? Comment différencier ses services et ses rituels de vente en fonction de son identité de marque ? Comment mettre l'expérience utilisateur aussi haut dans ses priorités que le produit lui-même, quelles sont les nouvelles chaînes de valeur qui en découlent ?

Anne Dellièrè, directrice marketing et responsable du planning stratégique du Groupe Richemont

Noé Duchaufour-Lawrance, designer et architecte d'intérieur – Empreinte de l'année 2009-2010

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

Mathilde Laurent, parfumeur attitré de la Maison Cartier – Talent du Bien-être 2006

Yves Michaud, philosophe, auteur de « Le nouveau luxe »

Jean-François Piège*, chef, Clover et Le Grand Restaurant

● 11h00 > 12h30

Entre être et avoir : la réinvention de l'expérience client

De nouvelles aspirations guident une clientèle du luxe plus que jamais multiple, avide de nouveautés et d'exclusivité et qui souhaite vivre le luxe autant que le posséder. La consommation de produits de luxe devient le vecteur de construction identitaire de l'individu. Mais de quel individu parle-t-on ? Millenials, génération Y, Sugar generation, les catégorisations ne manquent pas. Qui sont les nouveaux clients de ce luxe expérientiel et qu'attendent-ils du luxe ? Comment les fidéliser et appréhender la multitude des attitudes ? Le CEM (Customer Experience Management) est-il en passe de remplacer le CRM ? Comment dépasser le stade de la « satisfaction client » pour atteindre le plaisir du vécu ?

David Amsellem, président de John Paul

Marania Boixière, directrice innovation & développement de Bluelink

Natacha Dzikowski, présidente fondatrice de Luxury Arts, directrice exécutive TBWA

Nathalie Gonzalez, directrice marketing de Nespresso France

Mathieu Percet, directeur clientèle de Berluti

Luca Solca, Managing Director, Sector Head Global Luxury Goods at Exane BNP Paribas

Découvrez le portrait des intervenants sur www.centreduluxe.com



DS AUTOMOBILES



Apprendre à oser™



14^e SOMMET DU LUXE ET DE LA CRÉATION

lundi 1^{er} février 2016 - Hôtel The Westin Paris - Vendôme



- 12h30 > 14h15 **Déjeuner**
- 14h15 **Introduction de l'après-midi, Jean-Charles de Castelbajac, artiste créateur**

- 14h30 > 16h00

Retail vs Internet : l'expérience d'achat dans toutes ses dimensions

Si les ventes en ligne ne représentent aujourd'hui que 7 % des ventes de biens de luxe, elles croissent deux fois plus vite que les ventes en boutique. Les clients ont développé des comportements omnicanaux et souhaitent retrouver partout une interaction d'exception. Pourtant l'expérience en magasin demeure le pilier de l'attachement à une marque et de la constitution d'une relation émotionnelle forte. Comment alors enrichir le parcours de vente dans et en dehors de la boutique? Doit-il passer par une théâtralisation et une stimulation multi-sensorielle? Faut-il transposer dans l'univers du digital cette expérience marquante? Comment mettre le numérique au service de l'émotion? Comment construire un parcours global fluide d'un canal à l'autre ?

Yves Bonnefont, président-directeur général de la marque DS

Michel Chevalier, consultant, co-auteur de Luxury Retail Management

David Holder, président de Ladorée et vice-président du groupe Holder

Pauline Laigneau, cofondatrice de Gemmyo

Hubert de Malherbe, designer, président de Malherbe Design

Delphine Vitry, présidente de Mad Network

- 16h00 > 17h30

Le luxe expérimentateur : une vision prospective

Si le luxe a toujours intégré une forte dimension créative et expérimentatrice dans ses produits, il n'en est pas de même dans les autres champs de son activité. Créateur d'expériences, autant que de produits, le luxe deviendra-t-il expérimentateur en tous domaines? Mais les marques peuvent-elles expérimenter sans risque? Comment se réinventer, s'adapter ou intégrer les technologies modernes sans perdre son identité? Les marques de luxe vont-elles se laisser distancer par de nouveaux acteurs proposant des innovations de rupture ou des business models novateurs? Entre matériaux innovants, théâtralisation des points de vente et stratégies d'avant-garde, quels outils permettront de susciter le « wow effect »?

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

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

Eymeric François, créateur de mode – Talent de l'Audace 2003

Manuel Mallen, Co-directeur général de Poiray

Swaady Martin-Leke, fondatrice et président directeur général d'Yswara

François Thibault, Maître de Chai de Grey Goose – Talent de l'Innovation 2014

*Sous réserve

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)



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 ».

Nouveaux désirs, clientèle en perpétuelle évolution, business models métamorphosés par les enjeux d'internet : le luxe connaît sa plus grande mutation depuis trente ans sur fond de ralentissement économique. Face à ces challenges nombreux, il expérimente autant qu'il propose un nouveau luxe où la relation émotionnelle et l'expérience sont au moins aussi importantes que le produit.

Hier symbole de rang social, aujourd'hui gage d'authenticité et de « vie ajoutée », le luxe migre pour devenir un commerce de l'émotion. Posséder un objet de luxe n'est plus à lui seul le nec plus ultra, mais devient le symbole d'une expérience unique et riche de sens. Ainsi, les achats « d'expérience » (tourisme, gastronomie, etc.) représentent-ils aujourd'hui 55 % du marché du luxe. Le luxe personnel se modifie également et accorde de plus en plus de place à la dimension expérientielle de son offre.

Comment s'opère cette mutation ? Sommes-nous en train de passer à une économie de l'expérience ? Quels en sont les impacts sur les stratégies, la relation avec les clients et les modalités de vente ? Et comment à l'ère de l'expérience construire une relation émotionnelle multicanale ?

INFORMATIONS PRATIQUES

Pour toute information, appeler le +33 (0)1 56 58 50 74 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 (833,33 euros HT + 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 4 novembre 2015. 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