

## 11EME SOMMET DU LUXE ET DE LA CREATION

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 ».

---

**LUNDI 19 MARS 2012**

**« DE L'OR DANS LES MAINS :**

**LE GRAND AVENIR DE LA FILIERE LUXE »**

GRAND HOTEL INTERCONTINENTAL

*Sous le haut patronage de*

*Frédéric Mitterrand, ministre de la Culture et de la Communication.*

Marché florissant malgré une situation économique mondiale incertaine, le luxe est une valeur sûre qui ne demande qu'à croître et embellir. Mais que serait la puissance créative des maisons et l'aura de leurs noms sans l'intelligence et l'émotion des savoir-faire ? La pièce unique, le travail rare, voilà le secret de ceux qui entretiennent le rêve et la fascination du monde entier.

Comment, alors, répondre à ce désir planétaire dans un monde globalisé ? Comment allier les gestes ancestraux à une modernité galopante ?

Comment mener de front distribution internationale et fait-main, instantanéité de la communication et rareté du luxe ? A qui appartiendra demain la main qui crée, celle qui achète ? A l'heure où l'on s'inquiète de la disparition des savoir-faire et où le luxe n'a pourtant jamais autant communiqué sur eux, à l'heure où le « made in France » le dispute au logo de marque, assistera-t-on à une mutation économique et géographique du luxe ?

**9h30 – 11h00 – De main de maître : l'avenir des savoir-faire et de la sous-traitance**

---

Le fait-main est à la mode et les communications des grands groupes le mettent largement en valeur. Pourtant, on assiste à la disparition annoncée de certains savoir-faire, formiers, plisseurs, fondeurs se font rares. Doit-on les protéger comme des espèces en voie de disparition ? Comment faire perdurer les savoir-faire et les artisans d'excellence ? Comment faire entrer les métiers de la main dans le nouveau siècle, en termes d'innovation, de management et de compétitivité ? Dans un contexte de forte concurrence, les savoir-faire peuvent-ils être un vecteur de différenciation ? Quelles structurations sont nécessaires à la filière, afin de créer une dynamique forte entre grands groupes, créateurs et artisans ?

**11h00 – 12h30 – D'une main puissante : perspectives sur le marché et l'investissement**

---

Malgré les incertitudes d'un marché capricieux, le marché du luxe est bien orienté. Établir sa présence sur un marché ou la consolider nécessite de bien mesurer en permanence les enjeux, les risques à prendre et les investissements à effectuer. Quelle est la meilleure manière de répondre à ces enjeux ? Où aller chercher des investisseurs et par quels biais ? Quelles sont les clés pour dynamiser son entreprise dans un contexte incertain ?

Dynamisme des pays émergents, concentration des acteurs, naissance de nouvelles marques, quelles seront les stratégies et les modèles de développement pour les années à venir ? Quels sont les paramètres qui feront évoluer le planisphère du luxe ?

**12h30 – 14h15 déjeuner**

**14h15 – 15h45 – De la main à la main : stratégies commerciales, circulations du luxe**

---

L'organisation du commerce du luxe achève sa mutation et se polarise entre deux extrêmes : un luxe de « ruche » qui ne cesse de s'étendre sur de nouvelles zones et de proposer des déclinaisons de produits ; et un luxe de niche qui cultive, parfois malgré lui, une stratégie de la confidentialité et du produit unique ou en très petites gammes. Où conduira cette tension entre marques globales et marques confidentielles ? Quels sont les choix à faire pour trouver des relais de croissance et de rentabilité dans les deux cas ? Faut-il intégrer son outil de production ou privilégier la sous-traitance ? Faire du made in ou du made by ?

**15h45 – 17h15- Tours de magie et tours de main : les coulisses de la création et de la communication**

---

L'industrie du luxe fait des envieux et la grande consommation ne cesse d'en emprunter les ressorts : les uns invitent des créateurs à griffer des séries limitées ; les autres adoptent un mode de distribution sélective ; tandis que la communication brouille les pistes. Pour affirmer leur territoire, les marques de luxe ont largement mis en scène leur statut de garantes d'un patrimoine exceptionnel. La main, symbole de l'authenticité, est incontestablement le nouvel argument publicitaire. Mais est-elle toujours au cœur de la genèse d'un produit ? Entre marketing du savoir-faire et pratiques de fabrication, quelles sont les coulisses de la création et de la communication du luxe ?