

FÉVRIER 2018

EDITO

D'un côté -l'étude Bain le confirme- le business du luxe redémarre ; de l'autre, l'écosystème du secteur graphique souffre. Des entreprises ferment, d'autres se marient, d'autres encore cherchent de nouveaux modèles opérationnels.

Qui aurait cru par exemple que le Groupe Fujifilm absorberait un jour l'emblématique Xerox ? Ou encore, plus proche de nous, que Prestalis pourrait envisager de cesser son activité ? Au sein d'Imprim'Luxe, nous suivons attentivement toutes ces évolutions qui touchent de près ou de loin nos labellisés comme nos partenaires.

Je profite d'ailleurs de cet édito pour redire notre fierté de compter parmi ces derniers les plus belles marques du marché ; j'aurais l'occasion d'y revenir mais sachez que nous avons décidé de dédier une journée à l'ensemble de nos partenaires -industriels et institutionnels- lors des **prochaines Rencontres Imprim'Luxe qui se tiendront à l'Hôtel de l'Industrie les 11 et 12 octobre 2018.**

Remises en question, évolutions, changements de paradigmes, aucun secteur n'est à l'abri de transitions plus ou moins violentes, qu'elles soient économiques, numériques, ou écologiques. Chacun doit faire preuve aujourd'hui de capacités d'adaptation hors normes au risque de se faire irrémédiablement distancer.

A ce titre, le **rendez-vous international organisé par notre partenaire Iarigai à Varsovie en octobre prochain** sera l'occasion d'échanger sur les tendances à venir en termes de recherche, d'innovation et de futures bonnes pratiques. Si vous avez la possibilité d'y assister, n'hésitez pas !

Pierre Ballet
Président



IMPRIM'LUXE PARTENAIRE DU SOMMET DU LUXE & DE LA CRÉATION

Le Sommet du Luxe et de la Création s'est tenu à Paris le 30 janvier dernier. L'occasion pour notre label d'être mis en lumière puisque Imprim'Luxe était sponsor de l'événement aux côtés des entreprises labellisées Kapp et Lescure*. Centrées autour du thème des « nouvelles valeurs du luxe », les prises de parole ont mis en lumière un certain nombre d'évolutions chez le consommateur de produits de luxe :

- Une tendance à privilégier l'usage plutôt que la propriété (induisant, entre autres, l'accroissement de la vente de produits d'occasion, phénomène nouveau dans le luxe)
- Une sensibilité accrue au rapport prix / qualité. Le client du luxe exige -lui aussi- que le prix corresponde à la promesse de qualité, de créativité, de service, d'image,...
- Une demande toujours plus forte de personnalisation (ce qui signifie des séries plus courtes et une plus grande réactivité)
- Le rôle incontournable d'internet: sites, blogs et réseaux sociaux sont désormais responsables à 61% des décisions d'achat. A noter l'influence du nouveau « bouche à oreille » digital (advocacy en anglais) dans le process du choix.
- De nouvelles attentes en matière de RSE, qui sans doute prendront de plus en plus d'importance. Face aux questions sociales et environnementales, comme au développement durable, les marques se doivent d'avoir une politique responsable.

« Comme l'évoque le cabinet de conseil stratégique Boston Consulting Group, et comme nous en faisons état dans une précédente newsletter, le luxe entre dans une nouvelle ère : achat passion oui mais achat raisonné aussi. Il nous faut tous en tenir compte. » Alain Caradeuc

*...qui ont imprimé le programme, le dossier de presse et les invitations

T comme tendances

EMBELLIE SUR LE MARCHÉ DU LUXE

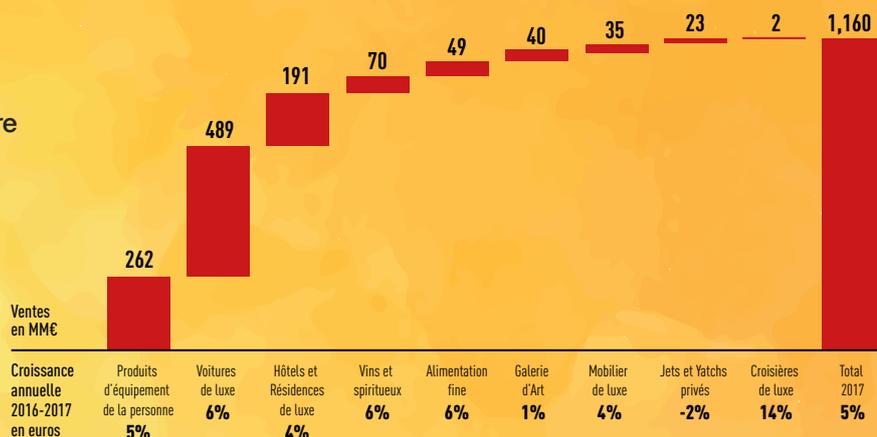
Bain & Company¹ a récemment publié son étude annuelle sur le marché mondial du luxe².

Un marché qui « **pèse** » près de 1.200 milliards d'€ de CA, et qui reprend des couleurs après deux années de doute (2015 et 2016), dû, entre autres, aux attentats et à la politique anti-corruption chinoise.

Si l'**Europe** s'est bien comportée en 2017, **+ 6%**, c'est la **Chine** qui bat tous les records avec des ventes de **+15%** sur le marché domestique et des achats à l'étranger qui explosent à **+ 32% !**

¹ L'un des cabinets de conseil en stratégie et en management leaders dans le monde. ² Marché du premium compris.

Le marché mondial du luxe a connu une croissance de 5% en 2017 pour atteindre 1,2 milliards d'euros.



Les progressions les plus importantes se retrouvent

DANS LE SECTEUR DE L'AUTOMOBILE

489 MM€,



suivies par celui des **PRODUITS D'ÉQUIPEMENT DE LA PERSONNE**

(mode, accessoires, parfums, montres, joaillerie, etc.) avec

262 MM€,



puis celui de **L'HÔTELLERIE & DU RÉSIDENTIEL DE LUXE**

191 MM€.



A eux seuls, ces trois branches représentent **81%** du marché mondial du luxe / premium !

Côté comportement, les ventes sur Internet continuent de progresser (**9% du total**) ; mais si les marques premium s'accommodent fort bien de la vente en ligne, les marques de luxe, elles, continuent de ressentir l'importance d'un point de contact physique en boutique. *Le « tout digital » a ses limites...*

Et l'avenir ? Bain prévoit pour les années 2018/19/20 une **croissance mondiale de 4 à 5%**, tous secteurs et modes de distribution confondus. C'est dire que l'aventure du luxe continue... et qu'elle n'est pas près de s'arrêter, compte tenu de l'évolution du niveau de vie et du pouvoir d'achat dans les pays matures comme dans les pays -dits- émergents.

Des perspectives qui ne peuvent que réjouir labellisés et partenaires Imprim'Luxe !



MONDE

LE LUXE S'AFRICANISE !

Deuxième région du monde à enregistrer le plus fort taux de progression de la consommation des produits de luxe, l'Afrique va de record en record avec un CA de 3 milliards de dollars par an* !

Population la plus jeune de la planète, classe moyenne en très forte croissance, urbanisation galopante, impact d'Internet, il n'en faut pas plus pour déplacer le centre de gravité du luxe !

Ainsi émergent des collaborations entre des acteurs internationaux et des designers locaux, qui puisent dans les traditions et codes de leur histoire pour créer des produits originaux d'une grande créativité (bijoux, vêtements, mobilier, etc.).

De nombreuses marques cherchent à conquérir la cible féminine en montrant la femme africaine dans d'autres rôles que ceux communément associés (fille, sœur, mère, épouse, tante,...).

Elles encouragent également les initiatives sociales, culturelles ou économiques mises en place par des femmes impliquées, essentiellement dans les pays d'Afrique subsaharienne. Citons par exemple le clip « We are more » de Lux (hygiène beauté) qui, diffusé sur les réseaux sociaux, se veut une chanson à la gloire de la gente féminine.

La distribution, de son côté, se structure avec le développement de grandes galeries commerciales ; certains shopping malls comme le Mall of Africa à Johannesburg ou The V&A Waterfront à Cape Town, sont particulièrement spectaculaires.

Chez nous, le succès de l'exposition « Art Afrique, le nouvel atelier » de la Fondation Louis Vuitton témoigne de la créativité et de l'abondance de la production artistique de ces nouvelles générations africaines.

**tendances extraites d'une étude InCapsue by Ifop de décembre 2017*

actus Labellisés

**ADINE,
MAÎTRE CARTONNIER,
INTÈGRE L'IMPRIMERIE
CHIFFOLEAU**

« La rigueur et l'innovation pour servir vos projets »

Tout est dit dans la promesse exprimée par l'entreprise Adine, spécialisée depuis 1806 dans la création de coffrets.

A l'origine fournisseur d'articles de classement et de boîtes à chapeau, l'entreprise installée aujourd'hui à Mayet dans la Sarthe, propose une palette complète des techniques de cartonnage recouvert de papier, toile ou autre matière. « *La diversité de nos productions nous permet de proposer des associations de matières parfois inattendues, PVC, polypro, cuir, etc. Nous répondons ainsi aux exigences de créativité du secteur du luxe avec des solutions clés en mains,* explique Pascal Baroux son président. *Thermoformage, dorure à chaud, pose de fenêtres transparentes, articulations, rubans, sont également utilisés pour enrichir les présentations de coffrets dédiés aux parfums, chocolats ou autres vins et spiritueux... »*

Particulièrement dynamique, Adine, qui est labellisée Imprim'Luxe et Entreprise du Patrimoine Vivant, vient de reprendre l'imprimerie Chiffolleau basée du côté de Nantes.

« Notre offre est désormais totalement intégrée, reprend Pascal Baroux. Aujourd'hui nos clients n'ont face à eux qu'un seul interlocuteur, c'est pour eux une garantie d'efficacité et de qualité totales, de A jusqu'à Z. Notre métier d'assembleur prend réellement tout son sens ! »

www.adine.fr

<https://www.youtube.com/watch?v=Q0E9VbDq3pk>

Jeudi 29 mars

JOURNÉE COULEURS AVEC X-RITE PANTONE

Venez découvrir le « **closed-loop** », solution d'ajustement automatique des couleurs sur la presse, et bien d'autres innovations le jeudi 29 mars prochain à partir de 9h30. En partenariat avec Rutherford, X-Rite Pantone vous convie à cet événement très privé qui rassemblera les acteurs les plus importants du secteur de l'impression et de l'emballage.

Conférences et net-working vous permettront d'en savoir plus sur la certification Pantone qui, en offrant une évaluation et une reproduction précises des tons directs, repousse les limites de la quadri.

Mercredi 11 avril

PROCHAIN DÎNER DÉBAT IMPRIM'LUXE

Il aura lieu mercredi 11 avril à l'Automobile Club de France, place de la Concorde à Paris. Invité d'honneur, **Xavier Romatet***, président de **Condé Nast France** qui viendra nous parler créativité, papier, digital, relations avec l'éco système de la presse. Ne tardez pas à réserver, les places sont limitées.

Un très bel endroit, un invité prestigieux, la possibilité de poser des questions et d'échanger entre vous, ... une très belle soirée vous attend.

*Après des études à l'Institut d'études politiques et un MBA à HEC, Xavier Romatet débute sa carrière en tant que directeur conseil chez Phone Marketing. Vingt ans de conseil en communication plus tard (agences Directing, Rapp Collins, DDB), il rejoint le groupe de presse Condé Nast, éditeur notamment des magazines Vogue, Glamour, GQ et AD. Il est depuis mars 2006 Président Directeur Général de Condé Nast France.

Du 3 au 7 octobre

IARIGAI : 45^{ÈME} CONFÉRENCE INTERNATIONALE

Membre de « The International Association of Research Organizations for the Information, Media and Graphic Arts Industries » (Iarigai), Imprim'Luxe vous propose de participer à la **45^{ÈME} conférence de l'association qui se tiendra cette année à Varsovie.**

Au menu, des prises de parole et communications sur de multiples sujets touchant aux techniques d'impression, de finition, d'embellissement, mais aussi à la sécurité, l'innovation, la création et l'avenir du secteur. Si vous le souhaitez, vous pouvez-vous aussi soumettre des sujets au board de l'association.

Renseignements / Inscriptions sur <http://iarigai-warsaw2018.pl/>



MONDIAL 2018

RETOUR DU QUOTIDIEN PAPIER !

A huit mois de son ouverture, le Mondial de l'Auto a dévoilé sa nouvelle campagne de communication axée sur le chic et la sobriété. Avec des affiches décalées et innovantes par rapport à celles du passé, arborant un nouveau "dress code" noir et blanc qu'on dirait tout droit sorti de la Maison Chanel, le commissaire général du Mondial de l'Auto Jean-Claude Girot a fait le choix de la rupture.

Mais le plus intéressant est ailleurs, avec le retour du quotidien papier publié chaque jour du Mondial (du 4 au 14 octobre 2018) permettant aux exposants de faire connaître leurs nouveautés auprès des visiteurs "Ce fut une erreur de ne pas avoir ce format papier durant le Salon 2016", reconnaît Jean-Claude Girot. Dont acte...

Inscription sur <https://www.xrite.com/page/innovation-day-france>