

JUIN 2018

## EDITO

### DE L'ART DE CONVERSER



“ Rien ne remplacera jamais une rencontre. Un contact direct. Un échange ‘en vrai’. ”

Les plus beaux écrans du monde ont leurs limites. Et les réseaux sociaux, aussi doués soient-ils, ne remplaceront jamais une poignée de main, un regard, un dialogue « en live ».

Au moment où l'on parle d'inscrire la conversation au Patrimoine Culturel Immatériel de l'UNESCO et où le Festival des Conversations célèbre l'art d'échanger, de débattre, de discuter, je suis particulièrement heureux de donner le coup d'envoi de nos prochaines Rencontres Imprim' Luxe. Elles se dérouleront comme l'an passé à l'Hôtel de l'Industrie, place St Germain des Prés à Paris mais sous un nouveau format tenant compte des souhaits (« davantage de proximité, d'échanges, de communion ») exprimés par les labellisés comme les partenaires lors de notre journée « Pré-Rencontres » du 15 mai dernier.

Ces Rencontres nouvelle formule permettront à nos adhérents de se retrouver le temps d'une journée, **le jeudi 11 octobre prochain**. L'an passé la première édition connut un réel succès ; nous mettons les bouchées doubles pour que la seconde soit encore plus réussie ; nous invitons d'ailleurs les collaborateurs, commerciaux, communicants, de nos adhérents à y participer !

Le programme des tables rondes et prises de parole qui rythmeront ce rendez-vous vous sera très prochainement communiqué. Mais vous pouvez dès maintenant confirmer votre participation, que nous souhaitons la plus large possible. D'ici là nous aurons eu l'occasion de nous retrouver lors de la visite de l'imprimerie Billet, spécialisée dans la réalisation d'étiquettes de champagne ; un rendez-vous idéal pour délier les langues... et développer l'art de la conversation !

A très bientôt.

Pierre Ballet  
Président



### LVMH DOMINE TOUJOURS LE LUXE MONDIAL

Deloitte publie la cinquième édition de son étude mondiale "Global Powers of Luxury Goods".

La France reste le leader en termes de parts de marché en CA, tandis que l'Italie y possède le plus de sociétés. Le CA réalisé par le Top 100 des Maisons de luxe s'élève à 217 milliards de dollars sur l'exercice 2016, en croissance de 1%. « Suite à un contexte économique incertain et des crises géopolitiques, le marché du luxe s'est relevé, pour atteindre un CA annuel de mille milliards de dollars fin 2017 » précise le cabinet. Et de poursuivre : « une croissance à simple ou deux chiffres en 2018 dépendra de plusieurs facteurs, notamment géopolitiques, qui pourraient fortement impacter le tourisme. La croissance dans les produits de luxe se maintiendra, à l'inverse de beaucoup d'autres secteurs »

### FAITS MARQUANTS

- **LVMH reste le n°1 mondial** avec un CA de 23,4 milliards de dollars et des ventes en augmentation de 5%.
- Le groupe américain **Estée Lauder occupe la 2<sup>ème</sup> place** devant le groupe Suisse Richemont
- **4 français dans le top 12** : LVMH (1<sup>er</sup>), Kering (5<sup>ème</sup>), L'Oréal Luxe (6<sup>ème</sup>), et Hermès (11<sup>ème</sup>).
- **Canada Goose, Pandora et Valentino** sont les entreprises de luxe ayant connu la **croissance la plus rapide**
- **Le secteur des cosmétiques/parfums a été le plus performant en 2016**, et le seul à avoir amélioré son taux de croissance, atteignant + 7,6 %.

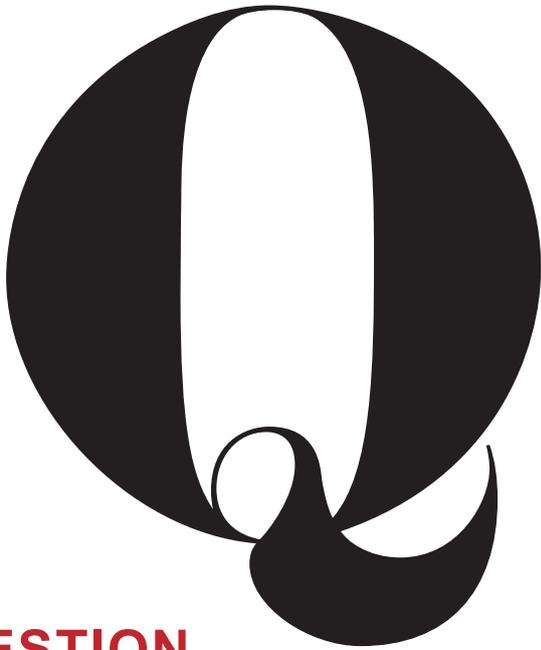
### DANS LA PRESSE

#### Imprim' Luxe en pleine(s) page(s)

Merci à Condé Nast France qui nous permet d'être à nouveau présent dans les pages de Vogue (daté juin/juillet), et pour la première fois dans celles de Vanity Fair (daté juin). Notre annonce Imprim' Luxe, illustrée par Nicolas Vial, donne non seulement une belle visibilité à notre association, mais continue de construire son image ; en étant insérée au sein de magazines référents du luxe, cette communication renforce le positionnement d'excellence de notre label.

N'hésitez pas à en parler à vos équipes !





## QUESTION

### POURQUOI IMPRIMER EN FRANCE ?

Témoignage de l'auteur d'un beau livre « Voyage en zone rouge » consacré à la Honda Type R, réalisé par l'imprimerie Escourbiac.



*J'achète pas mal de livres et la première chose que je regarde... c'est le lieu d'impression. Je suis un peu déçu quand je vois que nombre d'entre eux sont imprimés à l'étranger, parfois en Chine. Cela me désole pour 2 raisons : la première, c'est la question financière. L'économie*

*réalisée n'est pas monstrueuse entre un livre imprimé en Chine et un livre imprimé en France. La deuxième raison me choque encore plus. Imprimer un livre à l'étranger, cela veut dire*

*que l'écrivain et l'éditeur ne rencontrent quasiment pas l'imprimeur. C'est dérangent car cela traduit un manque d'implication dans la sélection des textures, papiers et modes d'impression. Pour des livres « factuels » sur des sujets « lambda », cela ne pose pas vraiment de problème. Mais comment mettre en adéquation un sujet passionnant avec des matériaux adaptés dans ces conditions ? Quand on fait un beau livre sur un sujet qui tient à cœur, on consacre du temps à soigner sa présentation. En ce qui me concerne, j'ai la satisfaction (et la fierté) d'avoir fait bosser des professionnels français (Escourbiac) dont le talent n'est plus à démontrer (3 Cadrats d'or). C'est pour moi un honneur d'avoir réalisé ce projet avec une multitude de talents hexagonaux, Alors certes, le livre coûte au minimum 10 € de plus que si je l'avais imprimé en Chine (avec des matériaux moins nobles !), mais est-ce là l'important ? J'assume totalement ce parti pris. Le discount n'a pas sa place dans notre univers*



Lionel Lucas, en savoir plus sur :

<http://www.escourbiac.com/voyage-zone-rouge-lhistoire-honda-type-r/>

# Bientôt

## LE SALON DU LUXE PARIS

Après 3 éditions consécutives à la Maison de la Chimie, le Salon du Luxe Paris s'installe cette année au sein de la Salle Gaveau, classée monument historique.



## GAVEAU

Plus d'un millier de décideurs du luxe, tous secteurs confondus, sont attendus le **mardi 19 juin 2018** pour débattre des Nouveaux Visages du Luxe. Un sujet d'envergure qui s'appuie sur trois grands axes de réflexion : remise en question de la marque employeur, évolution des profils consommateurs, influence de l'intelligence artificielle.

Cette dernière, avec l'émergence des blockchains, s'impose comme un nouveau levier d'expérience client. Suscitant de profondes interrogations quant à son utilisation, son optimisation et son intégration au cœur des stratégies de marque, l'IA interpelle chacun de nous.

**D'Haussy Solutions**, l'entreprise référente du marketing relationnel, y proposera son approche omnicanal au monde du luxe.

**Bernadet**, récemment labellisé Imprim'Lux, expert en impression sur verre, sera également présent.

# Enquête

## LES LIVRES IMPRIMÉS RÉSISTENT AU NUMÉRIQUE

C'est une enquête menée auprès d'imprimeurs, distributeurs et éditeurs de 13 pays par Stora Enso et Opticom International qui le révèle, les livres imprimés font mieux que résister à leurs équivalents électroniques.

L'étude montre que les lecteurs cherchent à contrebalancer le temps passé devant les écrans par la lecture d'ouvrages papier : « plus les choses passent au numérique, plus il y a de valeur accordée au produit imprimé », explique ainsi une personne interrogée.

Un autre sondage réalisé par FedEx Office indique également que le print a toujours la cote, ...même si on lit de plus en plus le journal sur sa tablette ou si l'on utilise Instagram pour poster ses photos de vacances. Aux Etats Unis, 9 personnes sur 10 pensent que nous aurons toujours besoin de papier. Et les millenials qui ont pourtant grandi avec les écrans et les réseaux en sont les plus friands : en 2017, 50% d'entre eux ans ont fait imprimer des documents papier. Un sondé sur deux révèle d'ailleurs ne pas avoir envie de vivre dans un monde d'écrans. Le papier est loin d'avoir dit (ou écrit) son dernier mot !



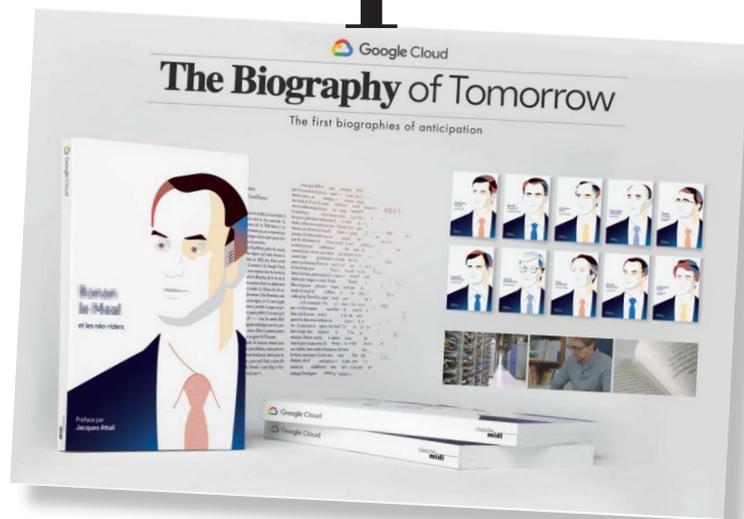
# Communiquer

## GOOGLE À LIRE !

Pour communiquer auprès de grands dirigeants français avec l'assurance d'être vu/lu, Google Cloud a décidé d'utiliser le livre.

**Un vrai livre en papier !** Une équipe dédiée a recueilli des informations sur dix des plus importantes entreprises nationales et en a tiré un aperçu de ce qu'elles seront dans dix ans. L'ouvrage "The Biography of Tomorrow", (pourquoi en anglais ?) édité avec Le Cherche Midi, a été remis personnellement à chaque cible.

Il n'est jamais trop tard !



# T comme tendances

~~Black Friday~~  
FRENCH SALE

## POURQUOI TOUJOURS IMITER LES AMÉRICAINS ?

Pour concurrencer le Black Friday américain, les géants du e-commerce français (Boulanger, C-Discount, Fnac, Darty, La Redoute, Rue du Commerce, Shoxroom privé) ont organisé fin avril les French Days : cinq jours de promotion en ligne.

Une enquête Idealo dresse le bilan de la première édition de cet événement exceptionnel (ou pas !). Rappelons que le Black Friday est une journée de soldes durant laquelle les enseignes proposent des promotions exceptionnelles marquant le début du shopping de Noël. Même principe pour les French Days, les Français ont vu fleurir des offres sur leurs sites marchands préférés.

Mais l'engouement pour la première édition de cette opération est loin d'être comparable à celui suscité par le Black Friday. Les French Days n'ont enregistré qu'une légère hausse de la demande (+ 22%) alors que le Black Friday avait engendré un accroissement de 112% du trafic sur les sites de e-commerce ! Il s'agissait, il est vrai, de la première édition de l'opération.

Et le manque d'enthousiasme des consommateurs pour le Black Friday à la française s'explique également par des promotions décevantes. Ou plus simplement par un comportement différent de celui de nos amis américains !

# actus Labellisés

## BIENVENUE À DEUX NOUVEAUX ADHÉRENTS

Bienvenue à l'entreprise *Bernadet*, société spécialisée dans la décoration sur verres, bouteilles, carafes et flacons (satinage, sérigraphie du verre, pose de cachets plastiques, etc.)

Et bienvenue à *Technotrans*, société spécialisée dans les systèmes de dosage et d'apport d'encre et dans les centrales d'eau de mouillage et les systèmes de lavage automatique des blanchets.



## LE GROUPE BILLET DIVERSIFIE SES ACTIVITÉS

Installée à Damery au cœur du vignoble champenois, l'entreprise Billet à laquelle nous venons de rendre visite, s'est portée acquéreur de l'imprimerie Filiber à l'issue d'un plan de cession adopté le 24 avril dernier par le tribunal de commerce.

Spécialiste de l'impression d'étiquettes pour le monde viticole, l'imprimerie Filiber (Nuits-Saint-Georges, 21), entreprise plus que centenaire, traversait depuis plusieurs années une phase délicate.

« Par la solidarité de ses 41 salariés et par la volonté de son récent dirigeant, Alban Filiber, arrière-arrière-petit-fils du fondateur, l'imprimerie Filiber a pu sortir de cette situation ».

Persuadé qu'il est difficile aujourd'hui d'être seul face à des groupes internationaux concurrents, Alban Filiber se félicite de s'être associé à une entreprise complémentaire, elle aussi familiale et centenaire.

Le nouveau groupe Billet Filiber cumule désormais 233 années d'ancienneté et d'expérience, regroupe 160 salariés et représente 20 millions de CA. Champagne !



## DÉJÀ DEUX START-UP INTÉRESSÉES

Nous vous annonçons dans la newsletter d'avril dernier la création d'une nouvelle entité tournée vers les « jeunes pousses » innovantes, « Imprim'Luxe Campus ».

Deux start up manifestent déjà leur intérêt pour ce concept, l'une experte en intelligence des couleurs, l'autre révolutionnant l'analyse des mêmes couleurs.

Nous vous en dirons davantage très bientôt.

Rappelons qu'Imprim'Luxe Campus a pour objectif de découvrir, révéler et soutenir de jeunes entreprises intervenant de façon originale dans notre secteur d'activités. L'idée est de leur permettre d'accéder à notre panel de labellisés et de partenaires dans un esprit « gagnant-gagnant ».

Merci à Lionel Herriau qui joue ici le rôle de dénicheur et d'ambassadeur de notre label.



## Agenda

### 11 octobre, deuxièmes Rencontres Imprim'Luxe

Organiser une réunion préalable à nos futures Rencontres d'octobre prochain s'est révélée être une bonne idée, comme nous le mentionnons dans l'édito de cette newsletter.

Après avoir écouté la vingtaine de labellisés et partenaires présents à l'Hôtel de l'Industrie le 15 mai dernier, nous avons décidé de concentrer

l'événement sur une seule journée – le jeudi 11 octobre- et de la réserver aux labellisés, partenaires et à leurs équipes.

« *Nous sommes plus forts ensemble* » ont justifié les uns, « *apprenons à mieux nous connaître et mettons nos forces vives en commun* » ont confirmé les autres.

Les deuxièmes « Rencontres Imprim'Luxe » seront donc l'occasion d'échanger sur des problématiques business très concrètes, de débattre lors de tables rondes et de profiter de retours d'expériences enrichissants pour tous.

Un programme détaillé vous sera communiqué très bientôt, mais confirmez dès maintenant votre participation à cette journée destinée à nous faire avancer ensemble.