

EDITO

GRANDS PRIX

Le magazine *Stratégies*, bible des pros de la communication, remettait début juin ses Grands Prix annuels aux agences de communication méritantes.

Parmi les catégories récompensées, l'une a particulièrement retenu mon attention, celle de la Production publicitaire. Ignorée jusqu'à peu par le « gratin » de la com, ce domaine a aujourd'hui son Grand Prix, décerné en partenariat avec la délégation Production de l'AACC (Association des Agences-Conseils en Communication), et le soutien de l'UDA (Union des annonceurs). Objectif, distinguer la valeur ajoutée d'une exécution parfaitement maîtrisée, et bien sûr mettre en lumière les métiers de la production (son, film, digital, mobile, print). Qualité, cohérence, efficacité, sont les critères retenus par un jury hyper sensible à la qualité de réalisation. Et pour qui chaque détail compte.

Une philosophie avec laquelle nous sommes particulièrement en phase : Imprim' Luxe prône l'excellence depuis le premier jour et je sais pouvoir compter sur vous tous pour faire évoluer vers le haut notre niveau d'exigence.

Les idées c'est bien, les idées bien exécutées c'est mieux mais c'est surtout indispensable pour sublimer les travaux que nous confient les Maisons de Luxe.

Alors, continuons d'imprimer l'excellence de notre marque ! A très bientôt.

Pierre Ballet
Président

COMMUNICATION

Imprim' Luxe dans GQ

Pour la 1^{ère} fois, notre annonce Imprim' Luxe a les honneurs d'une 3^{ème} de couverture.

C'est dans l'édition française du magazine GQ, actuellement en kiosque, que cela se passe. Nous en sommes fiers et nous remercions les équipes de Condé Nast qui nous permettent d'être présent dans ce mensuel masculin référent consacré à la mode, au style et à la culture.



CRÉATION DU COMITÉ STRATÉGIQUE I'L

Imprim' Luxe profite de son cinquième anniversaire pour réfléchir à sa vision et à ses missions pour les cinq années à venir.

Quels objectifs ?
Quelle stratégie ?
Quel plan d'actions ?
Quels moyens ?
Quelle feuille de route ?

C'est pour répondre à toutes ces interrogations, et à bien d'autres encore, que vient d'être créé le Comité Stratégique I'L.

Composé de Pierre Ballet, Christian Devambe, Alain Escourbiac, Philippe Lachaze et Jean-Christophe Martineq, il se réunira une fois par mois et reportera au Conseil d'Administration.

Premier Comité le 29 août, au retour des vacances, une date propice à la production d'idées fraîches !

OPÉRATION Test



France Clusters

AVEC FRANCE CLUSTERS*

Et si l'on imaginait de nouvelles opportunités business entre les 60 000 entreprises membres de France Clusters et Imprim' Luxe ?

Un projet d'expérimentation est en train de voir le jour dans un contexte stratégique de fertilisation croisée. L'idée, mettre l'excellence des labellisés Imprim' Luxe au service des PME françaises désireuses de communiquer via le print. Un COPIL se met en place pour définir un cadre organisationnel. Nom de code « New biz 60K PME Clusters ».

Vous en saurez plus très bientôt.

*240 clusters et pôles de compétitivité avec un périmètre de 60000 entreprises

T

comme tendances



MICRO INFLUENCEURS, DE NOUVELLES OPPORTUNITÉS D'IMPRESSIONS

Les micro-influenceurs sont des personnalités suivies sur le Net par 5 000 à 25 000 abonnés.

Leur « plus » ? Ils revendiquent une très forte proximité avec leurs cibles et par là même un taux d'engagement 4 à 8 fois supérieur à celui des grandes « stars » de la toile aux plusieurs millions de followers. Véritables prescripteurs de terrain, ils effectuent un travail de granularité essentiel.

En s'adressant à une audience restreinte, mais captive, ils parviennent à tisser des liens étroits qui engagent leurs fans. C'est pourquoi ils représentent aujourd'hui un contact à privilégier pour les labellisés Imprim'Luxe. Ils ouvrent en effet une porte à ceux d'entre vous capables d'imprimer des ouvrages très pointus en micro quantité sur des sujets de niche. Rappelons à ce sujet l'exemple de l'imprimerie Escourbiac (3 cadrats d'or 2003, 2009, 2014) qui réalise des livres à partir de 100 exemplaires en offset HRUV, et qui a ouvert voici un an, un atelier dédié au façonnage d'exception (coffrets d'éditions prestigieuses d'environ 200 à 300 exemplaires). Le monde de la communication comme celui du luxe ou de l'édition change : il présente de nouvelles opportunités à qui veut bien les saisir.

NÉOstalgie, MAIS ENCORE ?

Nouveau paradigme de l'industrie du luxe, les marques doivent aujourd'hui conjuguer leur authenticité et leur héritage avec une forte capacité à innover et créer de la disruption. Perdre du temps ou en gagner, épouser la modernité ou revenir aux origines, opter pour le « slow luxury » ou au contraire se laisser séduire par les sirènes de la « fast-fashion », nos désirs de luxe d'aujourd'hui et de demain sont plus que jamais liés à notre relation au temps et à cette nouvelle émotion qui s'en dégage. Concept naissant, la Néostalgie fait le lien entre ces diverses attentes et tente de définir une voie « nouvelle ». Vouloir tout et son contraire, tout de suite de préférence, l'époque n'est pas simple. Mais le Luxe doit-il être simple ?

actus Labellisés

3 questions

À JP BERNADET, PRÉSIDENT
DE L'ENTREPRISE BERNADET*

Comment êtes-vous entré en contact avec Imprim'Luxe ?

En assistant à une table ronde à laquelle participait Pierre Ballet au Salon Futur Graphic de Limoges voici quelques mois. Les propos qu'il tenait alors sont entrés en résonance avec ma vision du métier et la philosophie de notre entreprise. Je suis allé le voir à la suite de son intervention et nous avons approfondis nos échanges. J'étais convaincu, j'ai « signé » !

Attendez-vous quelque chose de particulier en rejoignant l'association ?

Je n'ai pas d'attentes spécifiques si ce n'est l'opportunité de rencontrer mes pairs et de pouvoir avancer avec eux. Je crois beaucoup à l'échange et au fait de se « frotter » aux autres. On est toujours plus fort à plusieurs et on apprend toujours beaucoup de ses collègues.

Connaissez-vous d'autres labellisés avant d'intégrer Imprim'Luxe ?

Non pas vraiment, si ce n'est Lithobru, installé à quelques kilomètres de notre entreprise. Je découvre maintenant la valeur des entreprises Imprim'Luxe, ce qui me donne envie d'explorer plus avant ce concept de luxe, que je connais tout de même un peu puisque nous travaillons depuis des années pour ce secteur, sans forcément nous en rendre compte... ! Il est temps que nous prenions conscience de nos expertises et que nous réalisons que, oui, nous sommes légitimes. Notre participation au dernier Salon du Luxe de Paris nous l'a d'ailleurs montré !

**Nouvellement labellisée Imprim'Luxe, l'entreprise Bernadet est une société spécialisée dans la décoration sur verres, bouteilles, carafes et flacons (satinage, sérigraphie du verre, pose de cachets plastiques, etc.)*



FACEBOOK TOUJOURS LEADER



Quoi qu'on en dise, Facebook continue de régner en maître avec **2,2 milliards d'utilisateurs mensuels actifs (MAU)**. En 2017, le réseau de Mark Zuckerberg a engrangé un CA de près de 41 milliards de dollars (pour un bénéfice de 16 milliards). Mais ça c'était avant, pourra-t-on rétorquer... Avant les « affaires » du début d'année 2018. A suivre...

YOUTUBE TOUJOURS LEADER



Créée en 2005 puis achetée par Google l'année suivante pour **1,65 milliard de dollars**, YouTube est "la" référence vidéo.

Ses contenus se sont largement professionnalisés : de nombreux médias ou entreprises publient via des chaînes dédiées et des youtubeurs (musique, sketches, conseils de cuisine ou de maquillage...) sont devenus instantanément célèbres.

Le groupe revendique **1,9 milliard d'utilisateurs** !

Quels réseaux sociaux pour toucher les ados

INSTAGRAM LA BELLE STORY



Avec sa nouvelle plateforme entièrement dédiée aux vidéos d'une durée de 10' à une heure, Instagram -racheté par Facebook en 2012- est de plus en plus prisé par les jeunes et ...par les marques. Selon le cabinet eMarketer, Instagram va générer cette année, rien qu'aux USA 5,48 milliards de dollars en recettes publicitaires, un bond de plus de 70% sur un an !

TWITTER AND CO



Twitter -336 millions d'utilisateurs mensuels- commence seulement à être bénéficiaire ! Moins prisé des jeunes car il est moins intime, il progresse néanmoins : 53% des internautes adolescents l'ont utilisé en 2017 contre 47% en 2014. Quant aux messageries WhatsApp (sans pub) et Messenger (avec pub), également détenues par Facebook, elles dépassent le milliard d'utilisateurs.

SNAPCHAT L'INCONTOURNABLE



Réputé pour ses messages photo ou vidéo disparaissant au bout de quelques secondes, Snapchat a bien évolué. L'appli s'est enrichie de multiples contenus. Fin mars 2018, le réseau revendiquait 191 millions d'utilisateurs quotidiens avec un CA de 231 millions de dollars au premier trimestre.

INSTAGRAM AGAIN



Je regarde j'achète ! Désormais, la fonctionnalité « Shopping » disponible sur le fil d'actu Instagram est également présente dans les fameuses « stories » via une icône de shopping. En cliquant dessus, on obtient des infos sur le produit présenté et la possibilité de l'acheter via le site du vendeur. Depuis le lancement de cette fonctionnalité, de nombreuses marques comme Adidas, Louis Vuitton, Sephora, Birchbox l'utilisent pour générer toujours plus de ventes. Reste à savoir comment les influenceurs -toujours eux- vivront cette novation ?



E

comme
enquête

ÉCRITURE DIGITALE DES TEXTES PLUS NOMBREUX MAIS PLUS COURTS

L'écriture digitale modifie-t-elle la façon de rédiger ? Les résultats d'une enquête récemment réalisée* apportent un certain nombre d'enseignements. Ainsi, selon 32% des personnes sondées, la plus grosse transformation tient dans le raccourcissement des textes. Suit le contenu lui-même des textes (25%) et leur parution (20%). Parmi les adjectifs décrivant une écriture digitale de qualité, on trouve : courte, mesurée, juste, épurée, direct, concise, positive, illustrée, incarnée, percutante, authentique, engageante ou encore interactive.

LES DIFFICULTÉS À ÉCRIRE « DIGITAL »

L'enquête montre également les difficultés à écrire pour le digital, L'une des remarques la plus fréquente est la complexité de faire des textes courts ; le risque d'appauvrir la pensée. Et le manque de cohérence, par défaut de ligne éditoriale sur la rédaction des contenus. Chacun traite les sujets à sa façon, souvent trop vite, sans cibler les destinataires. Aussi, les entreprises interrogées comptent-elles sur l'intelligence artificielle pour les aider dans leur quête « d'hyperpersonnalisation » ... Info importante, si les entreprises écrivent de plus en plus sur le web, cela ne signifie qu'elles délaissent le papier, bien au contraire.

**Enquête de l'Institut de la qualité de l'expression
sur les conséquences de la digitalisation sur
l'écriture (45 entreprises interrogées)*

Agenda

11 octobre, deuxièmes
Rencontres Imprim'Luxe

RAPPEL,
pas de stands cette année
pour nos Rencontres -toujours organisées à
l'Hôtel de l'Industrie à Paris - mais des prises de
paroles, retours d'expériences, tables rondes et
idées concrètes autour du thème
« *Plus forts ensemble avec
Imprim'Luxe* ».

L'événement, réservé aux labellisés,
partenaires et à leurs équipes,
se tiendra de 10h à 17h,
entrecoupé par un buffet
déjeunatoire toujours riche
en rencontres informelles.
Au cours de la journée nous
vous présenterons la stratégie à
5 ans de notre association et le
cap que nous souhaitons donner
avec votre appui à imprim'Luxe.
Inscrivez-vous au plus vite sur...

Programme détaillé communiqué
très bientôt.



Jeudi 11 octobre 2018 / 10h-17h
Hôtel de l'Industrie
Place St Germain des Prés /
75006 Paris

Rencontres
Imprim'Luxe

Inscription : <http://www.imprim-luxe.fr/reservez-votre-journee/>