

EDITO,

JUILLET-AOÛT 2022

Les nouvelles **technologies,** *un saut* **l'inconnu ?** *dans*

Blockchain, metaverse, réalité virtuelle, NFT, cryptomonnaies.

Ces nouveaux substantifs ont envahi notre quotidien et nous interpellent comme autant de questions posées à notre compréhension du monde futur. En l'occurrence, il s'agirait plutôt du monde d'aujourd'hui tant c'est à un tsunami technologique que nous assistons actuellement.

Nul doute que ces instruments vont façonner un nouvel usage d'Internet et que personne n'échappera à cette nouvelle donne. L'interaction entre virtuel et réel va bouleverser la façon dont les marques vont communiquer. Parallèlement, le contrôle de la supply chain et la traçabilité vont accéder à un niveau de sécurité jamais atteint à ce jour. Tous les secteurs de la vie économique et sociale en seront affectés. Y compris le nôtre !

Les exemples abondent aujourd'hui sur l'illustration de cette mainmise de la technologie sur les entreprises. Ainsi **les projets de blockchain et de NFT** qui foisonnent dans les entreprises de tous secteurs, et évidemment dans celui du luxe. Chacun a son projet, chacun rivalise de créativité et d'audace pour être le premier à définir les nouvelles normes qui seront reprises par l'ensemble de la profession.





Pour essayer d'y voir clair, nous avons récemment organisé une conférence débat qui a eu lieu à l'Hôtel de l'Industrie. C'est surtout sur la question de la blockchain que nous avons débattu et, pour être très honnêtes, beaucoup appris, par rapport à l'intérêt de cette technologie pour les marques qui permet de s'assurer de la traçabilité absolue d'un produit, de ses composants, de ses origines.

Finies les contrefaçons ? Oui probablement en grande partie. Le client participe directement à cette entreprise salubre car il pourra aussi, depuis son smartphone, s'assurer de la conformité des informations produit avec la réalité grâce à l'accès à des certificats d'authenticité. Une petite révolution, en quelque sorte...

Nous avons aussi, en passant, intégré le rôle dévolu aux NFT (qui ne se limite pas aux œuvres d'art comme les médias ont parfois trop tendance à nous le faire croire !), ces fameux « jetons » avec les données concernant les infos produit et les transactions validées en amont, éléments indispensables dans la construction de la blockchain et de la sécurisation des supply chains.

Nous ne pouvions pas ne pas aborder aussi **les metavers, ces canaux communicationnels**, destinés à créer des communautés spécifiques autour de valeurs et de projets partagés. Ces univers virtuels ne sont pas là que pour les jeux en ligne des intrépides gamers ! Ils interviennent aussi dans la construction d'identité des marques, dans les transactions commerciales, dans les projets de communication.

Un point important est à noter : la blockchain permet de réduire l'impact environnemental généré par la supply chain. Il faut le souligner à une époque où la technologie est souvent (et à juste titre) montrée du doigt comme grosse consommatrice de kWh !

Dans cet univers où la technologie est reine, gageons que nos pratiques « old economy » ont du sens car elles font le trait d'union entre ce futur inévitable et riche de potentialités et notre univers de référence, notre territoire d'expertise et de compétence, celui qui privilégie la pratique des métiers d'excellence dont nous pouvons, à juste titre, nous prévaloir. En ce sens, elles nous permettent de baliser ces nouveaux espaces et de limiter les risques d'un saut non maîtrisé dans l'inconnu !

Alain Caradeuc & Pierre Ballet,
Présidents



*La France imprime
sa marque*

Imprim'Luxe est une association loi 1901
4, place Saint-Germain-des-Prés
75006 Paris

www.imprim-luxe.fr
Information : contact@imprim'luxe.fr