



ASSOCIATION DES PROFESSIONNELS DU LUXE
THE INTERNATIONAL LUXURY BUSINESS ASSOCIATION

LUXURY OUTLOOK 2016 - PROGRAMME

ACCUEIL / PETIT-DEJEUNER ————— **8h15 – 9h00**

INTRODUCTION ————— **9h00 – 9h10**

- Mme. **Catherine Jubin** – Fondatrice et Directrice – Association des Professionnels du Luxe

UNE VISION PROSPECTIVE DE L'ÉCONOMIE EN ASIE ————— **9h10 – 10h00**

- L'économie chinoise est-elle réellement en train de ralentir fortement ? Ou bien s'agit-il d'un atterrissage attendu après des années de forte croissance ? (peut-on d'ailleurs se fier aux statistiques chinoises ?)
- Quelles sont les conséquences des turbulences financières de 2015 et du récent krach boursier sur l'économie réelle chinoise ? et plus largement sur les économies de la région ?
- Le ralentissement de la croissance chinoise affecte-t-il tout le pays de la même façon, ou bien subsiste-t-il des zones à fort potentiel de croissance v/s des régions qui seraient en déclin ?
- Existe-t-il des secteurs susceptibles de prendre le relais et de permettre un maintien de la croissance économique ? Ou bien d'autres marchés régionaux peuvent-ils jouer ce rôle ?
- Quels sont les pays/régions où les classes moyennes sont en développement ?...

- M. **Olivier Garnier** – Chef Economiste – Groupe Société Générale

LES ENJEUX DU LUXE EN 2016 ————— **10h00 – 10h40**

- Quelles performances pour le luxe en 2015 ?
- Quelle évolution en Asie? En Chine ?
- Les enjeux du marché chinois du luxe.
- La plongée de Macao et Hong-Kong est-elle réversible?
- Quels sont les marchés en devenir dans la région?

- M. **Olivier Abtan** – Directeur Général et Partenaire – The Boston Consulting Group

PAUSE ————— **10h40 – 11h00**

Sur les 10 destinations touristiques favorites des Chinois, 6 sont régionales. Alors que la nouvelle réglementation sur les visas et les lois anti-corruption ont largement affecté le Luxe à Hong-Kong et Macao, L'épidémie MERS en Corée du Sud et la parité du Yen ont fait de Tokyo une destination de shopping attractive en 2015. La Malaisie, l'Indonésie, Singapour tirent aussi leur épingle du jeu.

– Comment prépare-t-on le voyage ? Quelles sont les attentes spécifiques de voyageurs (Produits, prix, points de vente) ? Le rôle clé d'internet auprès des voyageurs et comment les marques peuvent en tirer profit.

– Comment les voyageurs perçoivent-ils leur expérience sur leurs destinations favorites ? Comment les destinations se comparent-elles entre elles ? Où sont les opportunités pour les marques ?

Les présentations s'appuieront sur les résultats du 'World Luxury Tracking' ainsi que des analyses faites à partir de textmining et de données issues du Big Data.

- Mme. **Françoise Hernaez-Fourrier** – Strategic Planning Director – Ipsos
- M. **Philippe Perié** – Chief Data Officer – Ipsos

En Chine les promotions du 11 novembre ont généré 60% d'augmentation du chiffre d'affaires pour Alibaba par rapport à 2014, montrant qu'il existe toujours un fort appétit de consommation, ce que confirment beaucoup d'études. Ceci pose donc un certain nombre de questions:

– Les Chinois ont-ils toujours envie de luxe ? La consommation de luxe est-elle en train de changer, comment ?

– Les marques européennes traditionnelles bénéficient-elles toujours d'un avantage compétitif ? Ou bien les marques premium (américaines, japonaises, Coréennes ou même européennes) offrent-elles une alternative séduisante à des consommateurs chinois toujours avides de bonnes affaires?

– Existe-t-il une fierté chinoise ? Quelles sont les marques chinoises émergentes et entrent-elles en compétition avec les marques importées ?

– Où sont les 'nouveaux Chinois' en Asie?

- Mme. **Lena Yang** – DG – Hearts Publications Chine
- Mme. **Isabelle Capron** – Vice-Présidente International – Icicle
- M. **Franck Wu** – CEO – TTF Haute Joaillerie
- M. **Olivier Shaeffer** – Global COO – Sephora

*La table-ronde sera animée par Mme. **Zeinab Badawi** – Présentatrice à la BBC*