

NEW LUXURY **NEW VALUES**

- The new luxury values and market trends -

Stéphane TRUCHI

CEO groupe Ifop

PERTE DE REPÈRES

- . POLITIQUE
- . ÉCONOMIQUE
- . RELIGIEUX
- . ÉDUCATIF
- . FAMILIAL
- . IDENTITAIRE



DU CORPS À L'ESPRIT DU MATÉRIEL AU DÉMATÉRIEL

- . LA SPIRITUALITÉ EST L'ANTIDOTE DU MONDE POST-DIGITAL
- . L'ÉTERNITÉ DE L'ESPRIT VS LA PÉRENNITÉ DU CORPS
- . LE RAPPORT AU TEMPS : ACCÉLÉRATION VS BESOIN DE PAUSE

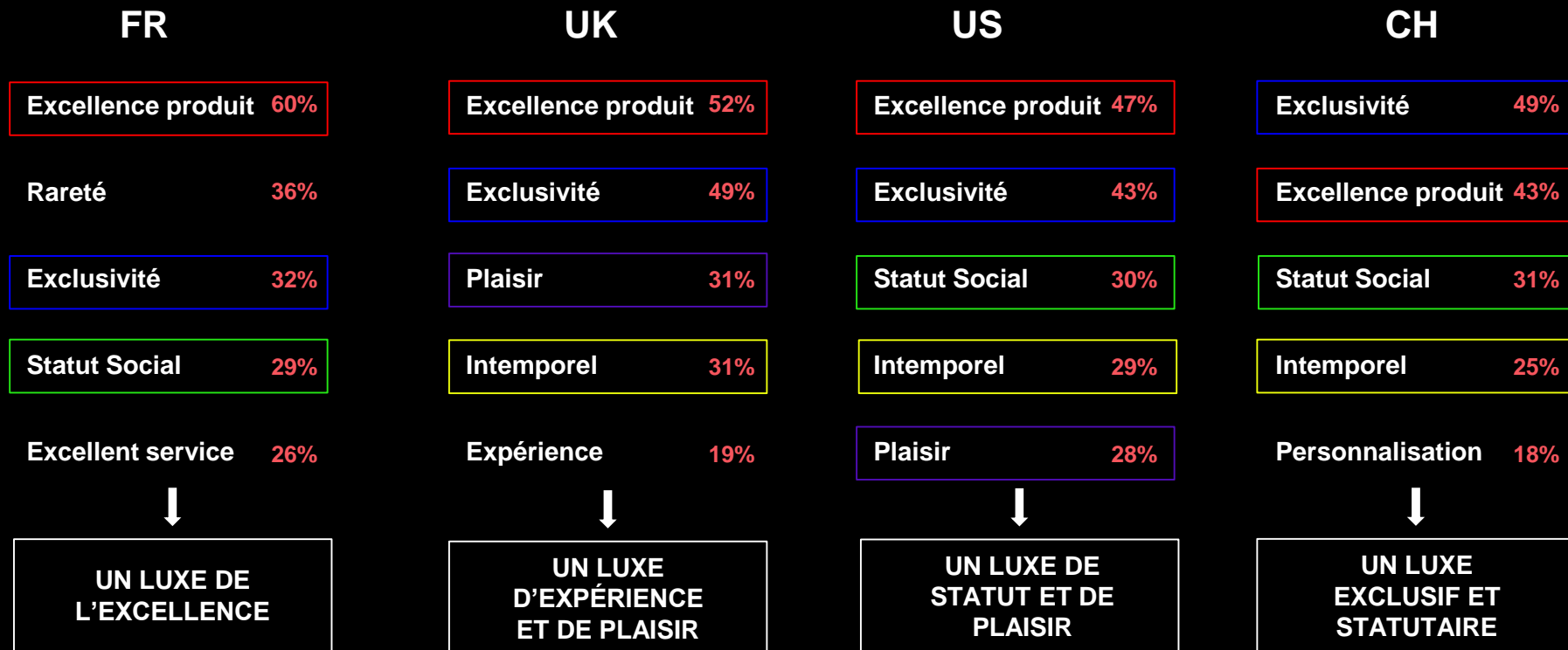


LE POUVOIR DU LUXE

- . LE LUXE DOIT PERMETTRE DE FAIRE DU SILENCE EN SOI POUR NE PLUS ENTENDRE LE VACARME DU MONDE
- . LE LUXE A CÉLÉBRÉ LE CORPS, DEMAIN, IL DOIT CÉLÉBRER LE CULTE DE L'ESPRIT
- . IL DOIT DÉFINIR À CHACUN UN ESPACE D'EXPRESSION



LES VALEURS DU LUXE D'EXCELLENCE ET D'EXCLUSIVITE SONT TRANSVERSALES



- Interviews réalisées du 4 au 29 Janvier, 1819 personnes Interviewées dans 4 pays (FR, UK, US, CH) -
Q. Selon vous, quels sont les mots qui définissent le mieux le luxe ? Sélectionnez 5 mots par ordre d'importance.

QUELLES NOUVELLES VALEURS POUR LES MARQUES DE LUXE ?

TRANSPARENCE

PROFONDEUR

INCLUSIVITÉ

ENGAGEMENT

INTEMPORALITÉ

PROXIMITÉ

SAGESSE

HUMILITÉ

