

04

JUIN
2025

VALEURS d'EXCELLENCE® NEWSLETTER

ÉDITO

“ DÉFENDRE LE LUXE INTELLIGENT ”

“Le luxe est le seul secteur économique dans lequel la croissance peut devenir problématique. Non pas parce qu'il manque de clients, mais au contraire parce qu'il en a trop.”

Jean-Noël Kapferer

Cette phrase signée de Jean-Noël Kapferer, auteur de *The Luxury Strategy*¹, donne à réfléchir. Le luxe, en effet, repose sur un principe fondamental : sa valeur vient de sa rareté, de son inaccessibilité supposée. Or sa croissance remet en cause cette essence même.

Face aux paradoxes d'un secteur en quête de sens, il est sans doute bon de revenir aux fondamentaux, qui rejoignent d'ailleurs le rêve de tout « vrai » client du luxe, fondé sur l'artisanat d'art, la créativité, l'exigence, l'exclusivité, à un prix « acceptable », ni bradé, ni exagéré.

Un luxe dit « intelligent », concept faisant la part belle à un équilibre retrouvé entre créativité, qualité, image et prix. Ce « smart Luxury » sait aujourd'hui s'appuyer sur les nouvelles technologies pour proposer du sur-mesure, de la personnalisation, en économisant des coûts non créateurs de valeur. Jean-Noël Kapferer donne à ce sujet l'exemple de Gemmyo, joaillier artisan français, qui grâce au numérique, ne produit qu'à la commande des pièces uniques.

Résultat : pas de stock, peu ou pas de magasins, moins de coûts fixes improductifs. Ce qui augmente la valeur de l'objet. Ainsi le « smart Luxury » serait une manière nouvelle de penser le luxe.

Ou peut-être tout simplement de revenir – sur la pointe des pieds – aux vraies valeurs du luxe, des valeurs d'excellence solides et sobres. Celles que nous défendons et qui entrent aujourd'hui en résonance avec une envie de savoir-faire réel, de qualité vraie, de désir authentique.

Alain Caradeuc
Président

AGENDA

RSE & ARTISANAT D'EXCELLENCE

Jeudi 25 septembre prochain, Valeurs d'Excellence vous propose de participer à un petit-déjeuner-atelier avec Émilie Legeay sur le thème de la RSE, plus spécifiquement dans le domaine de l'artisanat d'excellence.

Consultante en RSE et Climat, Émilie Legeay accompagne les entreprises dans la construction et le suivi de leur stratégie RSE ; s'appuyant sur 20 ans d'expérience en gestion de projet, transformation de business model et sensibilisation sur ces questions, elle dispose d'une certification sur les fondamentaux de l'entreprise durable et le bilan carbone.

www.linkedin.com/in/emilie-legeay



“17 années au sein d'une maison de savoir-faire, d'artisanat, de création et d'émotions m'ont permis de découvrir une certaine facette de l'univers du luxe... et les enjeux de durabilité me passionnent”

Émilie Legeay

ÉVÉNEMENTS

EN JUIN

VISITE DE L'ENTREPRISE FAMILIALE

DC STONework



« La passion de la pierre au service de l'excellence ». Le 12 juin dernier, à l'invitation de **Didier Champion et de son équipe**, les membres de Valeurs d'Excellence ont pu découvrir

DC Stonework, entreprise familiale spécialisée dans la pierre naturelle pour les projets hôteliers, résidentiels et corporate d'exception.

Fondée en 2012, cette maison incarne un héritage artisanal fort, transmis par le père de Didier Champion, allié à des technologies de pointe. De la conception à la pose, tout est maîtrisé en interne avec une exigence de qualité totale. Les ateliers de découpe (en Italie et au Portugal) et les équipes de montage en France assurent un suivi rigoureux et une finition haut de gamme.

Après la présentation assurée par Didier et son frère Sébastien, responsable Études et Maintenance de l'entreprise, un cocktail amical a réuni les participants. Une belle occasion de rencontres et d'échanges dans l'esprit collaboratif qui est cœur du projet de Valeurs d'Excellence.

EN MAI

MAISON CARVAY.

RETOUR SUR UNE SOIRÉE DÉCOUVERTE

Découverte d'un lieu magique dédié à la création authentique. Mise en lumière d'un savoir-faire exceptionnel : **Maison Carvay, créateur d'abat-jour et de luminaires haute couture.**

Le 22 mai dernier, à l'occasion de l'inauguration de leur nouvelle boutique du 11, rue Dupont des Loges, **Rénauld Plessis**, Directeur Artistique, et **Gad**



Elbaz, son partenaire Directeur de la Maison, ont accueilli leurs invités, grands décorateurs et clients particuliers, en même temps que les membres de Valeurs d'Excellence. Une soirée de convivialité et de partage autour des valeurs qui nous motivent : la création, l'extrême qualité, le service et... la bonne humeur !



TALENTS

CONCEPTEURS, CRÉATEURS, DIRECTEURS ARTISTIQUES, SCROLLING OU ZAPPING

Certains passent de l'automobile au luxe, d'autres changent de Maison, d'autres encore quittent la mode pour ne plus y revenir. Le zapping toucherait-il aussi les créateurs, directeurs artistiques et autres grands talents en vue ?

Elizabeth Fischer, professeure à la Haute école d'Art et de Design de Genève (Head) et spécialisée en histoire culturelle de l'apparence, a son idée : « *le temps où un directeur artistique restait à la tête d'une maison jusqu'à sa retraite est révolu* ». Aujourd'hui, les grandes Maisons sont des entreprises comme les autres, impactées comme l'ensemble des marques par l'accélération du changement, par la tyrannie du « nouveau ». Tout va plus vite, les réseaux sociaux imposent leur cadence. Quant au rythme du nombre de collections à sortir, hors saisons notamment – collections croisière, métiers d'arts, les lignes d'accessoires – il est difficile, voire impossible à suivre.

CHAISES MUSICALES ET SIÈGES ÉJECTABLES

Les directeurs artistiques, qui n'ont pas le droit à l'erreur, n'ont plus le temps de s'installer ; ils sont sur un siège éjectable dès leur prise de poste. Si les retours des critiques de mode ne sont pas bons, si les chiffres laissent à désirer, le fusible c'est eux. On assiste alors à un grand jeu de chaises musicales : en octobre dernier Hedi Slimane

quittait Céline, Kim Jones laissait Fendi ; en décembre ce fut au tour de John Galiano d'abandonner Maison Margiela après 10 ans de service. Citons encore Matthieu Blazy parti de chez Bottega Veneta pour reprendre la direction artistique de Chanel. Ou encore Kim Jones quittant Dior homme. Ou Sabato De Sarno laissant Gucci. Une véritable valse des étiquettes – au sens historique du terme – et des talents parfois fatigués.

Il est un fait, les attentes évoluent toujours plus vite, celles des grands capitaines d'industrie, comme celles des jeunes générations de clients. Moins fidèles, plus critiques, moins prévisibles, les consommateurs haut de gamme d'aujourd'hui ne se laissent plus forcément séduire par l'héritage ou le statut. Il faut sans cesse innover sans renier, résister à la pression, représenter, étonner... et être là où on ne vous attend pas, aux quatre coins du monde. Sans oublier que le contexte économique, la pression géopolitique, la diversité culturelle imposent aux grandes marques de luxe des repositionnements fréquents. À ce rythme, l'usure guette tout honnête homme, génie ou pas. Certains, hier perçus comme infaillibles, doivent composer avec l'incertitude. D'autres montrent des signes de fatigue créative. « *Et si l'on allait chercher de nouveaux hommes providentiels ailleurs* », s'est peut-être demandé le groupe Kering en engageant Luca de Meo qui a redonné vie à la Fiat 500, la R5 électrique ou la future Twingo ? Une expérience passionnante à suivre !



© Eldon/MAXPPP

RETAIL DE LUXE

ALERTE SUR LA PÉNURIE DE TALENTS

Dans un marché du travail sous tension, les Maisons de luxe font face à un défi silencieux mais déterminant : le recrutement des talents en boutique devient critique. Le dernier rapport du Comité Colbert, réalisé avec le cabinet MAD, alerte sur une pénurie persistante, remettant en cause les pratiques RH, les modèles de compétences et la promesse employeur.

TENDANCE

LES ATTENTES CLIENTS

DE PLUS EN PLUS COMPLÈTES & COMPLEXES

La montée en complexité des attentes client, entre boutique physique et digital, a transformé les missions du retail de luxe. Les vendeurs doivent aujourd'hui jongler entre maîtrise des outils numériques, relation client sur mesure, expertise produit et incarnation des engagements RSE. Face à cela, de nouveaux profils émergent en boutique : *clienteling specialists*, responsables de l'expérience client, formateurs ou artisans SAV. Un écosystème hybride, hautement spécialisé. Les fonctions de première ligne – conseillers de vente, managers, hôtes d'accueil, personnel SAV – sont aujourd'hui les plus difficiles à pourvoir. D'après le rapport, 60 % des grandes maisons rencontrent des difficultés à recruter sur ces postes, et jusqu'à 93 % pour les directeurs. Un paradoxe, alors que ces rôles incarnent l'ADN des marques.

DES STRATÉGIES RH À RÉINVENTER

Pour pallier la pénurie, les maisons doivent développer des stratégies RH plus agiles : référentiels de compétences, programmes de mentorat, mobilité interne, et bientôt intelligence artificielle pour cartographier les expertises. Si seule une minorité l'utilise aujourd'hui, 77 % prévoient de recourir à l'IA d'ici trois ans pour fluidifier les parcours et fidéliser les équipes.

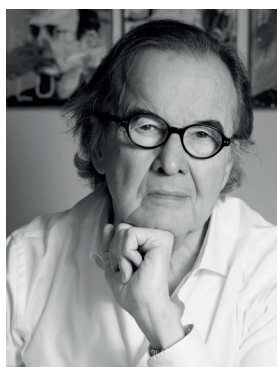
Le rapport conclut sur l'impératif de reconnaître et valoriser durablement les métiers en frontline. Cela passe par plus de reconnaissance, de flexibilité, une meilleure lisibilité des parcours et l'engagement de talents féminins.

“Revaloriser le “frontline”, une urgence stratégique”

explique un récent rapport du Comité Colbert

FONDAMENTAUX

VALEURS D'EXCELLENCE, VU PAR SON PRÉSIDENT ALAIN CARADEUC



Alain Caradeuc
Président

Après quelques mois d'existence – et des premiers succès – le moment est venu de faire un premier point d'étape. Revenir sur les grandes orientations qui ont guidé la création de l'association, interroger ses ambitions, questionner ses valeurs... Sur le grill, Alain Caradeuc, président fondateur de Valeurs d'Excellence.

Philippe Grand : Valeurs d'Excellence, un Club de plus ?

Alain Caradeuc : À une époque caractérisée par une anonymisation des rapports humains (merci les réseaux sociaux) et une approche de plus en plus "transactionnelle" (tout à un prix de nos jours), Valeurs d'Excellence se veut un club mettant en avant la coopération inter secteurs, la fertilisation croisée, l'entraide et la bienveillance dans un but de développement et de préservation de savoir-faire fragiles... Ce n'est pas si courant.

P.G. : Peut-on en rappeler les fondamentaux ?

A.C. : Valeurs d'Excellence est club d'entreprises élitiste porté par une association loi 1901. Il rassemble les acteurs de savoir-faire d'exception – luxe, création, culture – ainsi que leurs fournisseurs, partenaires et prestataires.

Ce réseau d'influence s'appuie sur un cercle restreint de dirigeants de maisons de luxe et d'institutions référentes, avec une connaissance fine des filières de production et de sous-traitance. Il s'inspire du succès du modèle Imprim'Luxe, fondé sur deux piliers essentiels : le partage d'informations et l'entraide, avec un objectif clair, le développement business.

P.G. : Si on se résume ?

A.C. : Valeurs d'Excellence est un label d'excellence transversal, couvrant l'ensemble des filières représentées. C'est un esprit club fédérateur, fondé sur des valeurs communes et une ambition partagée : favoriser les échanges, créer des synergies et accompagner les membres dans la conquête de nouveaux marchés, en France comme à l'international. Et surtout valoriser les savoir-faire français pour attirer les talents et susciter les vocations.

P.G. : Merci ! Je rappelle votre promesse : « l'intelligence relationnelle au service des artisans du luxe » et donne rendez-vous à toutes et tous sur **le site de l'association Accueil - VALEURS d'EXCELLENCE** et sur **LinkedIn** : <https://www.linkedin.com/company/valeursdexcellence/>



VALEURS D'EXCELLENCE DIGEST

...un club qui a pour vocation de regrouper les entreprises artisanales les plus talentueuses, tous secteurs confondus, qui œuvrent au service des marques de luxe et de mode, des acteurs de l'hospitalité haut de gamme, de la culture et de la gastronomie.

Sa mission : faire rayonner ces Maisons par le biais d'actions visant à accroître leur visibilité et leur attractivité, et les aider à développer des actions de fertilisation croisée pour les accompagner dans une stratégie de croissance gagnante.

www.valeursdexcellence.fr