

# Le prochain Sommet du luxe et de la création se tiendra le 24 novembre 2014

11/11/2014



Conquérant éclairé, fortement exportateur, **le luxe détient un merveilleux pouvoir** : celui de faire rêver. Les produits de luxe sont certes des biens marchands, mais ils sont également les dépositaires d'une culture qui séduit l'imaginaire de clients jusqu'à l'autre bout de la planète. L'image d'excellence et de perfection véhiculée par les marques se diffuse ainsi hors des frontières, en ondes de plus en plus puissantes. 380 millions de clients du luxe dépensent aujourd'hui environ **730 milliards d'euros dans le luxe**.

Ils seront 440 millions en 2020 et dépenseront près de **880 milliards d'euros**. Pour séduire ces futurs clients, c'est bien une stratégie de conquête qui anime le luxe : inculquer le bon goût, convaincre de nouveaux clients, faire briller son aura au-delà des frontières et trouver les moyens d'un développement harmonieux.

Comment dans ce cadre maîtriser ce pouvoir et l'étendre ? Comment renforcer ses positions pour les années à venir sans se galvauder ? Comment charmer sa clientèle, et maintenir le rêve, déployer sa présence, construire sa sphère d'influence ? Comment le luxe influe-t-il sur les modes, les sociétés et finalement détient-il un **soft power culturel** ?

Pour découvrir [le programme complet](#) de la journée qui se déroulera au Westin Paris-Vendôme.

Aujourd'hui, nous vous présentons la deuxième table-ronde : «Le champ des possibles : perspectives et opportunités de croissance» ainsi que le sociologue Michel Maffesoli qui introduira la journée.

Vous pouvez vous inscrire au Sommet du luxe et de la création [ici](#).

Parmi les intervenants, Jean-Paul Cauvin, directeur général de Julien Fournié SAS et Julien Fournié, couturier, président de Julien Fournié SAS.