



LUXETHIQUE

Luxe, développement durable et
responsabilité sociétale



1. Introduction

Consommation éthique : tentative de définition

2. Un mouvement de fond plus qu'une tendance passagère.

A - l'éthique, désormais au cœur de la consommation

B - Les attentes des consommateurs.

3. Luxe et Responsabilité sociétale

Une préoccupation actuelle mais tardivement intégrée par le secteur

A - Luxe et éthique, des logiques a priori antithétiques

B - Un retard susceptible de devenir facteur de risque

C - l'engagement récent des principaux acteurs du secteur

4. Conclusions

Luxe et éthique : quels enjeux pour demain ?



1. Introduction

Consommation éthique : tentative de définition

1. Introduction - Consommation éthique : tentative de définition

(Re)- donner du sens à la consommation, selon 2 principes fondateurs :

> Le respect de la nature

Dépasser l'imaginaire aujourd'hui négatif d'une humanité toute puissante arc-boutée sur la notion de progrès pour renouer avec une nature sage et bienfaisante avec laquelle il convient d'atteindre un rapport d'équilibre plus que de domination.

> La responsabilité sociétale

L'individu et la liberté, valeurs fondatrices de notre modernité ne peuvent plus faire l'économie de leur corollaire : la responsabilité

=> le consommateur devient citoyen-consommateur, conscient des conséquences environnementales et sociales de ses achats.





2. Développement durable et responsabilité sociétale :

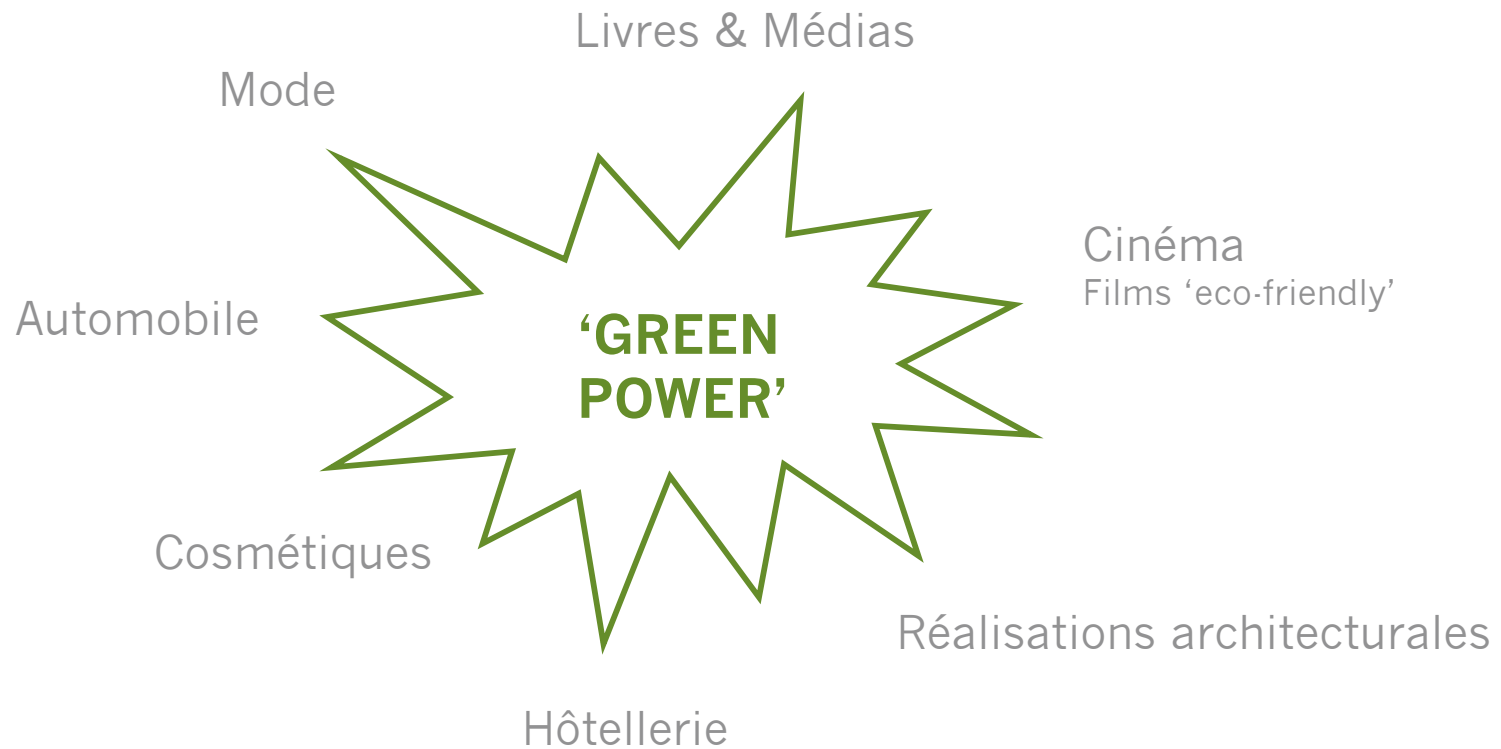
Un mouvement de fond plus qu'une tendance passagère.

A - l'éthique, désormais au cœur de la consommation

B - Les attentes des consommateurs.

2. DD et responsabilité sociétale : un mouvement de fond

A - L'éthique et le respect de l'environnement sont désormais au cœur de la consommation



2. DD et responsabilité sociétale : un mouvement de fond

B - Les attentes des consommateurs

Une prise de conscience forte
et des attentes avérées

:: L'exemple de la France* ::



91%

** Chiffres issues de l'enquête réalisée par TNS Media Intelligence (6.000 individus de 15 ans à 70 ans) sur l'évolution des Français en matière de consommation responsable entre 2004 et 2008*

Des français ont entendu parler du développement durable, et 75% reconnaissent la nécessité d'agir.



2. DD et responsabilité sociétale : un mouvement de fond

B - Les attentes des consommateurs

Une prise de conscience forte et des attentes avérées

:: L'exemple de la France* ::



'Quel est le profil des consommateurs les plus concernés et les plus actifs ?

Des consommateurs éduqués et aisés, qui correspondent donc a priori aux clientèles du luxe

En effet, seuls les plus aisés (77,6 %), les plus âgés (86,8 % des plus de 50 ans) et les mieux éduqués (76,1 %) s'investissent dans une offre alternative, contre seulement 63,6 % des employés, 58,4 % des ouvriers, et 56,2 % des artisans et des commerçants.



2. DD et responsabilité sociétale : un mouvement de fond

B - Les attentes des consommateurs

Une prise de conscience forte et des attentes avérées

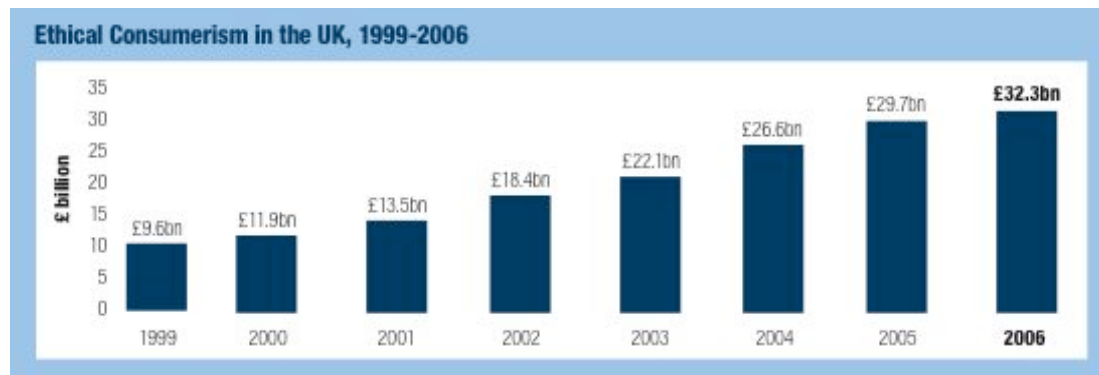
:: Le cas de l'Angleterre * ::



Les produits et services 'verts' (tous secteurs) ont connu une croissance vertigineuse lors des 5 dernières années.



* Ethical Consumer report GFK 2007



2. DD et responsabilité sociétale : un mouvement de fond

B - Les attentes des consommateurs

Une prise de conscience forte et des attentes avérées

:: L'attention accrue des consommateurs US* ::



Les consommateurs américains ne sont aujourd'hui plus seulement sensibles à la dimension eco-friendly des produits, mais sont également attentifs à la responsabilité sociétale et environnementale des marques qui les produisent.



* The Luxury Institute Of New York, october 2007





3. Luxe et Responsabilité sociétale

Une préoccupation actuelle mais tardivement intégrée par le secteur

A - Luxe et éthique, des logiques a priori antithétiques

B - Un retard susceptible de devenir facteur de risque

C - L'engagement récent des principaux acteurs du secteur



4. Conclusions

Luxe et éthique : un enjeu majeur pour demain