

NOUVEAUTÉ

GAMING, MÉTAVERS, NFTS, MODE VIRTUELLE... LES NOUVELLES FRONTIÈRES DU LUXE

Comment les univers virtuels ouvrent le champ des possibles pour le secteur du luxe et dessinent de nouveaux modèles économiques

Découvrez dans cette étude :

- ▶ **Le potentiel économique et stratégique** de ces nouveaux terrains de jeu pour les maisons de luxe
- ▶ **Le décryptage des stratégies mises en place** et des best practices
- ▶ **Les modèles économiques et les modes de développement** de ces nouveaux business pour le secteur du luxe



Un large panel d'acteurs passés au crible pour analyser les stratégies mises en œuvre.

LE FUTUR S'ÉCRIT AUJOURD'HUI



Cécile DESCLOS

Directrice du pôle
Luxe Mode



@c_desclos

Si la mode virtuelle et le gaming ne sont pas des terres inconnues pour le luxe, les développements récents dans les nouvelles technologies ouvrent de nouveaux horizons.

En 2021, les maisons ont ainsi multiplié les initiatives dans le domaine des NFTs, l'offre passant très rapidement du domaine de l'art et du mécénat à des collections numériques et des projets hybrides venant s'ajouter aux offres non NFT. La donne change également pour ce qui est des services et de la relation client. La blockchain et les NFTs laissent entrevoir d'immenses perspectives en termes de traçabilité, d'authenticité mais aussi de contenus associés au produit. Parallèlement, les métavers offrent aux maisons de nouveaux lieux d'interaction avec leur communauté.

Les potentialités offertes par les univers virtuels s'avèrent donc stratégiques pour le secteur et bon nombre d'acteurs s'y positionnent d'ores et déjà pour préparer l'avenir. Par ailleurs, si le luxe dématérialisé est encore une réalité économique marginale, il pourrait à terme générer des sources de revenus supplémentaires conséquents pour le secteur.

S'inscrivant certes encore essentiellement dans une logique de test and learn, les initiatives devraient rapidement se structurer. De nouveaux acteurs apparaissent comme l'illustre l'émergence de pure players de la mode virtuelle ou marques « métavers-native » tels que RTFKT (acquise par Nike en décembre 2021), The Fabricant, DressX... Du côté des acteurs traditionnels, des business units dédiées aux métavers se créent (OTB Group/BVX, Balenciaga, Julien Fournié).

Méthodologie



DESK RESEARCH

Des recherches documentaires approfondies sur l'actualité et l'avenir de la mode virtuelle, des NFTs, des métavers et du gaming afin de disposer de toutes les clés pour comprendre l'intérêt stratégique et le potentiel économique de ces nouveaux territoires



BUSINESS CASES

Un large panel d'acteurs passés au crible pour analyser les stratégies mises en œuvre. Un éclairage sur les stratégies les plus avancées et innovantes (y compris hors luxe) afin d'identifier les best practices et les leviers actionnables



APPROCHE PROSPECTIVE

Notre anticipation des modèles qui seront mis en place pour bénéficier à plein des nouvelles opportunités offertes par le luxe virtuel. Notre analyse des priorités stratégiques pour les acteurs du luxe (feuille de route)

Plan de l'étude

Aller à l'essentiel : synthèse de l'étude, enseignements clés et perspectives

Quelles priorités stratégiques pour les maisons ?

Quels modèles pour bénéficier à plein du luxe virtuel ?

Gaming, métavers, mode virtuelle, NFTs, ... de nouveaux horizons s'ouvrent aux acteurs du luxe

Une réalité économique, démographique et opérationnelle

D'importantes opportunités à moyen terme : le luxe virtuel, futur débouché et relais de croissance stratégique pour les maisons

Offre : développer de nouvelles propositions en phase avec la vie numérique des clients

L'avatar, nouvelle cible du luxe

L'offre virtuelle se développe rapidement : panorama des initiatives et des modèles

L'interopérabilité, enjeu de demain

Focus sur les projets hybrides mixant digital et physique

Services : de nouvelles solutions pour enrichir l'expérience client

La réalité augmentée pour accroître l'expérience on et off line

Certification digitale, nouveaux services, produits augmentés, ... : des possibilités sans limite

Distribution : l'émergence de nouveaux lieux

Des flagship stores virtuels, aux places de marchés en passant par les métavers : un nouvel écosystème se dessine

Communication/mise en scène de l'univers de marque : de nouvelles opportunités

Gaming et métavers, nouveaux terrains d'expression des maisons

Egéries et influenceurs virtuels : de nouveaux prescripteurs

► Rendez-vous sur notre site www.lesechos-etudes.fr pour télécharger un extrait et consulter le plan détaillé de l'étude



PÉRIMÈTRE DE L'ÉTUDE

Segments

- Prêt-à-porter/Mode
- Maroquinerie
- Souliers
- Accessoires
- Horlogerie & Joaillerie
- Parfums & cosmétiques
- Champagnes & spiritueux

Acteurs

- Maisons de luxe
- Startups
- Plateformes

Les principales initiatives et acteurs analysés dans le luxe

Ariane
Aura
Balmain
Breitling
Burberry
Capri

DressX
Estée Lauder
Exclusible
Dolce & Gabbana
HB Antwerp
Julien Fournié

Kering
LVMH
L'Oréal
Moncler
OTB Group
Patek Philippe

Prada
Ralph Lauren
Rebecca Minkoff
Richemont
RTFKT Studios
Satoshi Studio

Shiseido
The Dematerialised
The Fabricant
Tommy Hilfiger
Tribute Brand
... et bien d'autres

QUI SOMMES-NOUS ?

Depuis plus de 30 ans, **Les Echos Etudes** aide les décideurs à anticiper les tendances de leur marché et capter de nouvelles opportunités d'affaires.

Tendances émergentes, scénarios prospectifs, valorisation de marchés, data inédites : nos études vous permettent de prendre un temps d'avance !

Découvrez, également, nos offres sur-mesure pour :

- vous accompagner dans la mise en œuvre de votre plan stratégique : estimation de potentiel, positionnement d'offre, insights consommateurs...
- valoriser votre expertise et répondre à vos enjeux de communication grâce à nos baromètres et études co-brandées.

CES ETUDES POURRAIENT ÉGALEMENT VOUS INTÉRESSER :

- ▶ **Le marché mondial de la maroquinerie de luxe**
Nouvelle donne, nouveaux enjeux : quelles perspectives à l'horizon 2027 ?
- ▶ **Le nouveau visage du e-commerce de luxe**
Saisir les opportunités de la seconde révolution digitale
- ▶ **Mode responsable : quels modèles gagnants ?**
La RSE au cœur des nouveaux modèles économiques des marques et enseignes

Bon de commande

Gaming, métavers, NFTs, mode virtuelle... les nouvelles frontières du luxe

Version PDF

- Pour 1 utilisateur*
2 950 € HT - 3 112,25 € TTC (TVA à 5,5%)
- De 2 à 5 utilisateurs*
3 835 € HT - 4 045,93 € TTC (TVA à 5,5%)
- De 6 à 10 utilisateurs*
4 425 € HT - 4 668,38 € TTC (TVA à 5,5%)
- Plus de 10 utilisateurs*, nous contacter

Version papier

- 2 950 € HT - 3 112,25 € TTC (TVA à 5,5%)

Option papier

- Oui je souhaite recevoir un ou plusieurs exemplaires papier pour 295 € HT (TVA à 5,5%) l'unité, en plus de l'achat d'une version PDF.

Nombre d'exemplaires :

Option présentation orale de l'étude par l'expert auprès de vos équipes.

- Pour une présentation personnalisée, nous vous proposons un accompagnement sur-mesure.

Contactez nous au 01.49.53.63.00

Email : etudes@lesechos.fr.

Coordonnées de l'utilisateur final

(Si plusieurs utilisateurs, nous communiquer leurs coordonnées accompagnées de ce bon de commande)

Nom : Prénom :

Fonction : Société :

Adresse :

Tél : E-mail :

Facturation

Société :

Adresse :

E-mail :

SIRET :

Règlement

- Virement (RIB 31489/00010/00219548733/47 Crédit agricole - CIB)
- Chèque à l'ordre des Echos Solutions
- Carte bancaire sur lesechos-etudes.fr
- Règlement à réception de facture

Date :/...../..... Signature :

* L'article L.122-5 du Code de la propriété intellectuelle n'autorise que les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective. En complétant ce formulaire, j'accepte les conditions générales de ventes et d'utilisation qui sont disponibles sur le site www.lesechos-etudes.fr