

Alerte Presse

SOLDES D'ETE 2014 : Le Luxe a-t-il intérêt à se brader ?

Paris, le 1^{ER} juillet 2014 - *Quelques jours après le début des traditionnels soldes d'été, les fabricants de prêt-à-porter de luxe n'échappent pas à la tentation de s'inscrire dans cette démarche. Pour autant, les soldes et le luxe semblent a priori ne pas faire bon ménage. Outre l'atteinte à l'image de la marque qui peut se cacher derrière un recours trop systématique à des prix soldés, plusieurs problématiques propres aux marques de luxe se posent.*

En premier lieu, les soldes sont destinés, sur une période courte, à écouler des produits de fin de saison. Les pièces de luxe ne sont-elles pas par définition « indémodable » ?

En second lieu, les soldes posent le redoutable problème de la maîtrise des prix sur le marché mondial du luxe.

Enfin, l'évolution du profil de la clientèle des marques de luxe n'est pas sans poser question sur l'intérêt même de recourir aux soldes...

Au-delà, notre expert Philippe Jourdan, fondateur de Promise Consulting, se tient à votre disposition pour vous apporter son éclairage sur les points suivants :

- Quelle est la stratégie des grands noms du luxe vis-à-vis des soldes ?
- Cette stratégie a-t-elle évolué ces dernières années ?
- Qui ciblent-elles ?
- Quel est le risque encouru par les marques en termes économiques ? en termes d'image ?



Diplômé d'HEC, docteur en sciences de gestion et professeur agrégé des Universités, Philippe JOURDAN a exercé le métier de directeur d'études marketing au sein du cabinet GfK avant de fonder les sociétés Panel On The Web en 2000 et Promise Consulting en 2008. Il est un spécialiste reconnu des méthodes d'évaluation et de valorisation des marques du point de vue du consommateur. Il a publié dans des revues académiques internationales sur le sujet, est l'auteur d'ouvrages marketing et conseille de nombreuses entreprises sur le sujet.

A propos de Promise Consulting

Promise est un groupe de conseil et d'études marketing réunissant les sociétés Promise Consulting Inc., JPL consulting et Panel On The Web. Promise intègre des prestations de conseil et d'études à forte valeur ajoutée.

Etabli à Paris, New-York et Casablanca, le groupe mène des études et des prestations de conseil dans le monde entier. Il est plus particulièrement reconnu pour son expertise en matière de mesure de la valeur de marque (brand value).

Promise a su développer des méthodes et des modèles innovants récompensés 7 fois en 10 ans par la profession au plan national et international. Il accompagne les plus grandes marques de luxe, de cosmétiques et de distribution sélective en particulier dans leur développement sur le marché national et les marchés étrangers. La société est également certifiée OPQCM et Social Media.

Pour en savoir plus

Site : <http://promiseconsultinginc.com>

Blog : <http://whatsnewinmarketing.blogspot.com>

Facebook : <http://facebook.com/promiseinc>

Twitter : @pjourdan1967

Relations Presse - Agence Wellcom

Esthel Joubert Gaillard

ejg@wellcom.fr

06 73 72 45 01