

# Quelles tendances pour le luxe en 2014 ?

06/12/2013



Quelles postures adopteront les marques de luxe en 2014 pour rencontrer le succès ? Analyse de ces tendances par Lulu Raghavan, présidente du bureau de Mumbai de Landor Associates, sur <http://www.ladn.eu>.

Le luxe est en pleine mutation et le sera toujours en 2014. On attribue au luxe des nuances de sens selon les langues, quitte à le rendre méconnaissable. Le luxe désigne-t-il des produits de grande qualité réalisés par des artisans dotés d'un savoir-faire unique, accessibles uniquement à un petit nombre ? Ou le terme a-t-il une acception plus démocratique ? Est-ce dépenser toutes ses économies dans l'achat d'un produit ou un plaisir qui s'inscrit dans la durée, le silence et l'espace ? Le luxe est-il un statut social ou une quête de sens, plus personnelle ? Il est impossible de rassembler toutes les acceptions du luxe en une définition universelle.

Il est certain que les marques de luxe devront avoir de plus en plus recours aux nouvelles technologies et devront prendre en compte les nouvelles opportunités digitales en matière de Marketing et de communication.

.La plateforme sécurisée de Christie's pour les enchères sur iPhone, les [Tweet Talks d'Armani](#), la vidéo Peplum People de Karl Lagerfeld et le catalogue de Burberry sur Pinterest ne sont que les signes avant-coureurs de la future présence digitale des marques de luxe.

<http://www.ladn.eu/>