

T

comme tendances



MICRO INFLUENCEURS, DE NOUVELLES OPPORTUNITÉS D'IMPRESSIONS

Les micro-influenceurs sont des personnalités suivies sur le Net par 5 000 à 25 000 abonnés.

Leur « plus » ? Ils revendiquent une très forte proximité avec leurs cibles et par là même un taux d'engagement 4 à 8 fois supérieur à celui des grandes « stars » de la toile aux plusieurs millions de followers. Véritables prescripteurs de terrain, ils effectuent un travail de granularité essentiel.

En s'adressant à une audience restreinte, mais captive, ils parviennent à tisser des liens étroits qui engagent leurs fans. C'est pourquoi ils représentent aujourd'hui un contact à privilégier pour les labellisés Imprim'Luxe. Ils ouvrent en effet une porte à ceux d'entre vous capables d'imprimer des ouvrages très pointus en micro quantité sur des sujets de niche. Rappelons à ce sujet l'exemple de l'imprimerie Escourbiac (3 cadrats d'or 2003, 2009, 2014) qui réalise des livres à partir de 100 exemplaires en offset HRUV, et qui a ouvert voici un an, un atelier dédié au façonnage d'exception (coffrets d'éditions prestigieuses d'environ 200 à 300 exemplaires). Le monde de la communication comme celui du luxe ou de l'édition change : il présente de nouvelles opportunités à qui veut bien les saisir.

NÉOstalgie, MAIS ENCORE ?

Nouveau paradigme de l'industrie du luxe, les marques doivent aujourd'hui conjuguer leur authenticité et leur héritage avec une forte capacité à innover et créer de la disruption. Perdre du temps ou en gagner, épouser la modernité ou revenir aux origines, opter pour le « slow luxury » ou au contraire se laisser séduire par les sirènes de la « fast-fashion », nos désirs de luxe d'aujourd'hui et de demain sont plus que jamais liés à notre relation au temps et à cette nouvelle émotion qui s'en dégage. Concept naissant, la Néostalgie fait le lien entre ces diverses attentes et tente de définir une voie « nouvelle ». Vouloir tout et son contraire, tout de suite de préférence, l'époque n'est pas simple. Mais le Luxe doit-il être simple ?

actus Labellisés

3 questions

À JP BERNADET, PRÉSIDENT
DE L'ENTREPRISE BERNADET*

Comment êtes-vous entré en contact avec Imprim'Luxe ?

En assistant à une table ronde à laquelle participait Pierre Ballet au Salon Futur Graphic de Limoges voici quelques mois. Les propos qu'il tenait alors sont entrés en résonance avec ma vision du métier et la philosophie de notre entreprise. Je suis allé le voir à la suite de son intervention et nous avons approfondis nos échanges. J'étais convaincu, j'ai « signé » !

Attendez-vous quelque chose de particulier en rejoignant l'association ?

Je n'ai pas d'attentes spécifiques si ce n'est l'opportunité de rencontrer mes pairs et de pouvoir avancer avec eux. Je crois beaucoup à l'échange et au fait de se « frotter » aux autres. On est toujours plus fort à plusieurs et on apprend toujours beaucoup de ses collègues.

Connaissez-vous d'autres labellisés avant d'intégrer Imprim'Luxe ?

Non pas vraiment, si ce n'est Lithobru, installé à quelques kilomètres de notre entreprise. Je découvre maintenant la valeur des entreprises Imprim'Luxe, ce qui me donne envie d'explorer plus avant ce concept de luxe, que je connais tout de même un peu puisque nous travaillons depuis des années pour ce secteur, sans forcément nous en rendre compte... ! Il est temps que nous prenions conscience de nos expertises et que nous réalisons que, oui, nous sommes légitimes. Notre participation au dernier Salon du Luxe de Paris nous l'a d'ailleurs montré !

**Nouvellement labellisée Imprim'Luxe, l'entreprise Bernadet est une société spécialisée dans la décoration sur verres, bouteilles, carafes et flacons (satinage, sérigraphie du verre, pose de cachets plastiques, etc.)*

