

SOUS LA DIRECTION DE MARTA MARCHEVA
PRÉFACE DE STANISLAS DE QUERCIZE

Luxe *circulaire,* les solutions made in France



ENJEUX & OPPORTUNITÉS
DE L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE DANS LE LUXE

Vuibert

Luxe 
circulaire,
les solutions
made in France

Vuibert s'engage
durablement pour l'environnement



Couverture : Julie Znamiec

Création de maquette et mise en page : PCA

ISBN : 978-2-311-41555-1

Toute représentation ou reproduction, intégrale ou partielle, faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit aux ayants cause, est illicite (loi du 11 mars 1957, alinéa 1^{er} de l'article 40). Cette représentation ou reproduction par quelque procédé que ce soit constituerait une contrefaçon sanctionnée par les articles 425 et suivants du Code pénal.

Ce livre ne peut être reproduit ni utilisé à des fins d'entraînement de systèmes d'intelligence artificielle. La fouille de textes et de données est interdite conformément à l'article 4(3) de la Directive (UE) 2019/790.

Dans le cas où le livre comporte des ressources numériques en ligne, ces dernières sont des compléments offerts à l'achat du livre. Par respect du droit d'auteurs, ces ressources sont incessibles, interdites de reproduction et réservées à un usage strictement personnel. Elles sont soumises aux conditions d'utilisation en vigueur (CGU) accessibles sur notre site et peuvent, pour des raisons commerciales, légales, d'évolution technique ou de contenu, être supprimées ou interrompues à tout moment, sans garantie de maintien ou de compensation. Dans le cas où les QR codes et liens hypertextes permettent d'accéder à des sites internet tiers, la responsabilité de l'éditeur n'est pas engagée, notamment quant à leur éventuel dysfonctionnement ou à leur indisponibilité d'accès.

© Vuibert, juin 2026 – 5, allée de la 2^e D.B., 75015 Paris

www.vuibert.fr

SOUS LA DIRECTION DE MARTA MARCHEVA

Luxe *circulaire,* les solutions made in France



ENJEUX & OPPORTUNITÉS
DE L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE DANS LE LUXE

Vuibert

Sommaire

Biographies des auteurs.....	7
Préface – Le luxe, l’amour et l’économie circulaire.....	17
Introduction – Un engagement collectif au service d’une transformation essentielle	23
Chapitre 1 – Comprendre et initier	27
Chapitre 2 – Repenser, réduire, réutiliser	67
Chapitre 3 – Recycler, régénérer, réenchanter	113
Chapitre 4 – Sensibiliser et valoriser	143
Chapitre 5 – Transmettre et former au luxe circulaire	175
Conclusion	215
Remerciements	223

Biographies des auteurs

Valérie Accary est Co-fondatrice et Présidente depuis 2021 de l'association d'intérêt général Les MétamorFoses, dédiée à l'upcycling artistique et à la valorisation des métiers d'art. Diplômée de l'ESSEC et experte en stratégies de marque et en communication, Valérie Accary a été Présidente du groupe BBDO Paris de 2005 à 2021. Elle est Administratrice du Conseil d'administration de Deezer, Banque Populaire Rives de Paris, CARE France, Force Femmes.

Marie Berthelon est entrée dans le luxe par les grandes Maisons, d'abord chez Hermès à New York et à Paris, puis chez Cartier où elle occupe des fonctions de marketing et développement durant 10 ans. Elle poursuit sa carrière au comité exécutif du joaillier De Beers à Londres pour travailler sur des questions de stratégie et de développement. Elle participe notamment à la création de la première Blockchain, avant de prendre en charge la joaillerie et la Haute Joaillerie chez Cartier International où les questions de responsabilité et durabilité l'interrogent au quotidien. Ces mêmes valeurs la décideront à quitter le monde corporate pour relancer la Maison Rouvenat en tant que PDG en 2022.

Anaïs Bordier est Cheffe de marque chez Jean Rousseau Paris et membre du Conseil de surveillance, représentant le groupe familial majoritaire. Forte de plus de dix ans d'expérience dans la maroquinerie de luxe, elle pilote la stratégie de marque pour accompagner le développement international de la maison. Diplômée de l'ENSAAMA – Olivier de Serres, de Central Saint Martins et titulaire d'un MBA en Luxury Brand Marketing and International Management à Sup de Luxe, elle allie savoir-faire artisanal et vision stratégique.

Son approche intègre innovation et héritage pour accompagner la croissance durable de Jean Rousseau dans un marché du luxe en constante évolution.

Élodie Bounoua a évolué pendant huit ans chez Adone Conseil au service de projets de transformation stratégiques au sein de grandes Maisons de Luxe françaises. Forte de plus de dix ans d'expérience en pilotage de programmes internationaux, elle a développé des expertises reconnues en transformation durable, gouvernance, reporting extra-financier et conduite du changement. Engagée dans la transmission des savoirs et le développement des talents, elle met sa vision stratégique et sa communication d'impact au service d'une performance responsable.

Diplômée en design de mode à Genève et en marketing du luxe à Sup de Luxe Paris, **Chloé Chicha** a développé une sensibilité pour l'art et les enjeux responsables de la création. Son expérience en marketing et communication chez Iconeek l'a amenée à explorer les interactions indéfectibles entre l'art, le savoir-faire et la préservation du patrimoine. Elle s'intéresse aujourd'hui aux modèles créatifs intégrant valeurs, émotions et durabilité.

Barbara Coignet est entrepreneuse passionnée par la création, curatrice et pionnière du luxe durable. Diplômée de l'EFAP, elle débute sa carrière dans la communication et les RP avant de co-fonder l'agence BMCS, spécialisée dans la mode, l'art et la culture. Convaincue dès les années 2000 que le luxe entrait dans une nouvelle ère, elle crée 1.618 Sustainable Luxury, présenté notamment au Palais de Tokyo puis au Carreau du Temple et soutenu dès sa première édition par le Ministère de la Culture. Barbara Coignet a reçu plusieurs distinctions et a été citée parmi les « 100 pionniers en France qui changent le monde ».

Depuis 30 ans dans l'industrie du luxe et experte en développement produit et sourcing, **Sandrine Couroyer** a fait toute

sa carrière dans les Maisons françaises les plus iconiques – Hermès, Louis Vuitton, Moynat, Goossens. Elle a acquis une connaissance unique des matières, des savoir-faire, des ateliers, des métiers d'art. Elle aime l'humain, le beau geste et les talents qui transforment les matières pour les sublimer. Elle est depuis 2021 co-fondatrice et Vice-Présidente de l'association d'intérêt général Les MétamorFoses.

Juriste de formation et avocat au Barreau de Paris, après quelques années d'expérience dans ce secteur, **Alice Darmon** fait le choix de l'entrepreneuriat en créant une entreprise spécialisée dans le design à la suite d'un voyage aux États-Unis. Puis elle crée une agence conseil en marketing – Stratégies Créatives – pour accompagner marques et entreprises sur leurs stratégies de développement sur le marché français. Passionnée par la transmission et l'enseignement, elle partage son expérience de terrain dans les programmes de marketing, de la RSE et de la Gastronomie auprès de professionnels et d'étudiants en écoles de commerce.

Diplômée de l'Université de Cambridge en économie circulaire, Ex-DG de TBWA\Corporate et ex-Directrice RSE de Cartier International, **Céline Dassonville** œuvre depuis plus de vingt ans à faire du luxe et de la mode un territoire de sens autant que d'excellence. Fondatrice d'ethiwork – studio d'impact et cofondatrice de la Fédération de la Mode Circulaire, elle accompagne les Maisons dans la transformation de leurs stratégies et de leurs business models, en conciliant désirabilité et durabilité, innovation et héritage. À travers son podcast Luxury for Good et ses enseignements, elle éclaire les coulisses d'une industrie en mutation et encourage l'émergence d'un leadership plus conscient.

Marie-Claire Daveu entame sa carrière comme conseillère technique au cabinet du Premier ministre Jean-Pierre Raffarin, puis comme Directrice de cabinet de Serge Lepeltier, ministre de l'Écologie et du Développement durable. En 2005, elle devient Directrice du développement

durable du groupe Sanofi-Aventis. De 2007 à 2012, elle occupe les fonctions de Directrice de cabinet de Nathalie Kosciusko-Morizet, au sein de divers secrétariats d'État puis au ministère de l'Écologie, du Développement durable, des Transports et du Logement. En 2012, elle est nommée Directrice du Développement durable et des relations institutionnelles internationales du groupe Kering.

Aymeric Déchin est entrepreneur et dirigeant d'entreprises technologiques, spécialiste des sujets de développement et de structuration d'équipes en forte croissance. Il démarre sa carrière en Asie chez Lacoste dans la mode, avant de rejoindre Doctolib en phase d'hypercroissance, où il développe une expertise solide en sales et en scale d'organisations. Il co-fonde ensuite Yuco, première expérience entrepreneuriale. Il fonde Faume avec l'ambition de transformer l'industrie de la mode par la seconde main, en apportant aux marques des solutions technologiques performantes pour déployer des modèles circulaires rentables.

Maxime Delavallée est co-fondateur & CEO de CrushON et Président de la Fédération de la Mode Circulaire. Maxime enseigne également le marketing de croissance, les stratégies d'impact et l'économie circulaire à l'ESSEC Business School, CentraleSupélec, Sciences Po Paris et l'Institut Français de la Mode. Avant de lancer CrushON, Maxime a travaillé à la Banque Mondiale en tant que consultant en politique fiscale et a étudié à HEC Montréal, l'Université McGill, Sciences Po Paris et l'Université de St. Gall.

Stanislas de Quercize a œuvré dans le luxe tout au long de sa vie professionnelle. Il a intégré le groupe Richemont en 1990 après neuf ans passés chez Procter & Gamble. Promu à la tête de Montblanc France et États-Unis, Cartier France et États-Unis, Van Cleef & Arpels International, puis Cartier International et Richemont France, il a su apporter un souffle nouveau aux équipes de ces grandes Maisons. Il est aujourd'hui membre de douze comités de direction (Barnes,

Messika, Louboutin) et s'investit activement dans plusieurs associations caritatives. Il est l'auteur de *Emparadiser la vie* paru en 2025 aux éditions Alisio.

Ludovic du Plessis est Président de la Maison Telmont. Diplômé de l'Université Paris Dauphine – PSL et de l'Université de la Sorbonne, passionné par le vin et la gastronomie, Ludovic évolue depuis vingt-cinq ans dans l'univers des vins et spiritueux haut de gamme : d'abord chez Dom Pérignon, puis, à partir de 2014, chez Rémy Cointreau au sein de la Maison de cognac Louis XIII, en tant que Global Executive Director. En 2020, Ludovic devient intrapreneur et propose au groupe Rémy Cointreau d'investir pour reprendre la Maison de champagne Telmont : une start-up centenaire née en 1912 toujours prête à bousculer le statu quo, Au Nom de la Terre !

Anne-Sophie Dutat est entrepreneure, experte en conduite du changement. Alumni de Sup de Luxe, elle a travaillé dans les secteurs de la joaillerie, de la mode et de la beauté avant de fonder Osany, un studio dédié à l'accompagnement des transformations des organisations par le leadership, la créativité et l'innovation. Elle a entrepris dans des contextes internationaux, notamment en Amérique latine. Elle encadre la spécialisation Entrepreneuriat et Luxe du MBA de Sup de Luxe. Elle est la fondatrice d'Abomey Labs, un projet engagé développant un matériau innovant issu des déchets de la filière karité.

Dirigeante et experte du secteur de la mode et de l'e-commerce, **Yara El-Haddad** évolue depuis plus de 15 ans au cœur des écosystèmes internationaux du digital et de l'économie circulaire. Elle a occupé des fonctions exécutives au sein de Vestiaire Collective, contribuant à structurer des modèles alliant désirabilité, croissance et responsabilité. Son expertise couvre la stratégie commerciale et marketing, le merchandising et l'expérience client, avec une attention particulière portée à la durabilité dans le luxe. Elle intervient aujourd'hui sur les enjeux de transformation des modèles de consommation et de valeur.

Déléguée générale du Comité Colbert depuis mars 2020, **Bénédicte Epinay** dirige le Comité Colbert, association d'intérêt général, fondé en 1954 par Jean-Jacques Guerlain. Dès son arrivée, elle dote le Comité Colbert d'une raison d'être : «Promouvoir passionnément, développer durablement, transmettre patiemment, les savoir-faire et la création française pour insuffler du rêve» qui structure l'ensemble des missions et actions de l'association. Auparavant, Bénédicte Épinay a passé près de 30 ans dans les médias, notamment dans le groupe Les Échos-Le Parisien et a créé Série limitée, le premier supplément mensuel luxe et lifestyle du groupe en 1999.

Aurelia Figueroa, Chief Sustainability Officer chez Breitling depuis 2020, a plus de 15 ans d'expérience en durabilité, diplomatie internationale et entrepreneuriat social. Originaire des États-Unis, elle a étudié et travaillé aux États-Unis, en Europe, en Latin Amérique et en Inde. Elle a occupé des postes à l'Institut allemand pour le développement durable, à l'OCDE, à l'UNO, à Siemens et à la Ministère fédérale de l'économie de l'énergie. Elle a été reconnue par la Fondation BMW, Collaboratio Helvetica et figure parmi les 100 leaders du changement les plus influents.

Clara Hardy a fondé en 2015 Sericyne, une entreprise qui a réintroduit la sériciculture en France et développé une soie 100 % naturelle et tracée, appréciée par les plus grandes maisons de luxe. Major de sa promotion à l'École Boulle, elle poursuit un Diplôme Supérieur d'Arts Appliqués avec l'ambition de projets à impact, et découvre la soie. Elle approfondit ses recherches à l'ENS Cachan et collabore avec des designers comme Ron Arad et Jean Nouvel. Lauréate du Prix de l'Innovation de l'INPI, elle incarne une alchimie du luxe entre création, savoir-faire et innovation.

Françoise Hernaez est experte du luxe et de la compréhension des consommateurs, avec plus de vingt ans d'expérience en conseil stratégique auprès de grandes maisons (Publicis, Ipsos, Kantar). Sociologue et linguiste de

formation (Panthéon Sorbonne / Sorbonne), elle développe une approche transversale mêlant insights culturels, analyses qualitatives et quantitatives. Son travail éclaire les enjeux contemporains du luxe, notamment durabilité, désirabilité et responsabilité.

Delphine Gilet, diplômée de Sup de Luxe (1997), a passé plus de 20 ans à piloter les achats pour des marques emblématiques du luxe et de la beauté (Cartier, Guerlain, Clarins, L'Oréal). Forte de cette expertise terrain, elle a fondé DG Conseil Achat Responsable pour accompagner les entreprises (Parfums, Cosmétiques, mais aussi Bijouterie Joaillerie, Arts de la table, Vins & spiritueux...) dans leur transition vers des achats plus responsables (éco-conception, économie circulaire, décarbonation, achats solidaires...).

Éric Legent est diplômé d'Audencia et titulaire d'un Master de finance de l'ESCP. Il a débuté sa carrière en 1988 comme trader de produits dérivés à Paris, Londres et Francfort au sein de grandes banques internationales. En 1995, il se réoriente vers le conseil en rejoignant Arthur Andersen, où il travaille sur des missions de transformation d'entreprises. En 1999, il fonde FranceMP3, première plateforme de musique en ligne en France, leader du marché, qu'il cède en 2001. Il développe ensuite de multiples projets entrepreneuriaux dans des secteurs variés : musique, jeux vidéo, marketing algorithmique, packaging, ingénierie documentaire et Fintech. Il crée ReValorem avec François-Marie Barrès en 2019.

Fabienne Lupo est une dirigeante chevronnée qui compte 22 ans d'expérience dans le secteur du luxe au sein du groupe Richemont : Présidente et directrice générale de la Fondation de la Haute Horlogerie (FHH) et du SIHH (Watches & Wonders); directrice exécutive de la Michelangelo Foundation for Creativity & Craftsmanship et de Homo Faber à Venise, la première Biennale des Métiers d'Art. Femme de conviction et de mission, bâtisseuse d'organisations et de projets d'envergure internationale dans

l'univers du luxe, elle conçoit et organise en 2022 ReLuxury Show à Genève et à Paris.

Forte d'un double parcours académique et professionnel, **Marta Marche**va a occupé divers postes dans l'écosystème du luxe, en France et à l'international, allant de l'import-export dans le secteur de la beauté à la publicité et les partenariats médias. Docteure en sciences de la Communication à l'Institut Français de presse de l'Université Panthéon-Assas, elle a débuté sa carrière académique à l'IESEG en 2009, et elle a rejoint l'EFAP en 2019 en tant que directrice des Masters spécialisés Luxe et Mode. Depuis juillet 2023, Marta Marche va est la Directrice de l'Institut Sup de Luxe.

Raphaël Masvigner est cofondateur de Circul'R, cabinet de conseil pionnier en économie circulaire en Europe. Circul'R est né d'un tour du monde de 17 mois à la rencontre de plus de 150 entrepreneurs circulaires dans 22 pays. Il accompagne aujourd'hui plus de 50 % des entreprises du CAC 40 dans la transformation de leurs stratégies et modèles d'affaires, et développe des coalitions d'entreprises pour accélérer le passage à l'échelle de l'économie circulaire.

Elisa Niemtzow est membre de l'équipe dirigeante mondiale de BSR, où elle supervise la région Europe. Elle accompagne notamment les entreprises des secteurs du luxe et de l'hospitalité dans l'intégration de stratégies durables. Régulièrement sollicitée par la presse, elle a été nommée parmi les Vogue Business 100 Innovators et siège au sein de plusieurs advisory boards. Elle anime le compte Instagram @luxeforchange, qui propose une autre lecture de l'impact : culture, désir et influence.

Audrey Peguret, experte en développement durable et stratégie ESG dans l'hôtellerie de luxe, pilote les initiatives RSE de LVMH Hotel Management. Forte de plus de 20 ans d'expérience dans le secteur, elle a fondé le département RSE de l'hôtel Ritz Paris et conduit l'établissement à devenir le

premier en France certifié par le Conseil Mondial du Tourisme Durable (GSTC) en 2022. Formée en Management du luxe et en gouvernance responsable (Sciences Po), Audrey place l'innovation durable, l'engagement social et les initiatives philanthropiques au cœur de ses actions, générant un impact positif sur les communautés tout en renforçant l'image et la compétitivité des organisations.

Fort de ses expériences dans le monde du retail, notamment chez Unilever et Veepee, **Guillaume Perret du Cray**, fondateur et CEO de Reekom, a décidé de créer avec Reekom, la solution industrielle, rentable et circulaire pour traiter la problématique des produits défectueux, particulièrement présents dans la Mode. Ingénieur des Arts et Métiers et diplômé de l'IAE de Paris, il a toujours travaillé dans les Opérations et la Supply Chain, mettant ses compétences au service d'un projet qu'il résume ainsi : « Donner une seconde vie aux Produits, une seconde chance aux Hommes ».

Véronique Riotton, Députée de la 1^{re} circonscription de Haute-Savoie, Membre de la commission du développement durable et de l'aménagement du territoire, Présidente de la Délégation aux droits des femmes et à l'égalité des chances. Corrapporteur de la loi Anti-gaspillage pour une économie circulaire en 2020 et de son évaluation en 2024.

Charlotte Tranchant est Directrice RSE chez Christian Louboutin, où elle a créé et pilote la stratégie de durabilité du groupe. Avec plus de 20 ans d'expérience dans le luxe, notamment chez Hermès, elle a mené des projets majeurs en développement durable, formation et coordination commerciale. Engagée dans des réseaux professionnels et des actions solidaires, elle se distingue par son expertise en stratégie RSE, réduction d'impact et conduite du changement.

Camille Vever est CEO et co-reviver de la maison de haute joaillerie Vever, fondée en 1821 et relancée en 2021 après quatre décennies d'inactivité, aux côtés de son frère Damien.

Elle inscrit le sens, la transmission et la circularité au cœur de collections joaillières inspirées par la nature et le japonisme. En parallèle de son engagement chez Vever, Camille porte une vision contemporaine et engagée de la joaillerie à travers son podcast *Les Voix de l'Audace*, où des personnalités d'exception partagent leurs parcours, leurs convictions et leurs élans de transformation.

Préface

Le luxe, l'amour et l'économie circulaire

Vital. Essentiel. Emparadisant. Ainsi pourrait-on définir le lien profond qui unit le luxe et l'économie circulaire.

Jean-Louis Dumas, président d'Hermès, aimait rappeler une phrase héritée de son grand-père : « Le luxe, c'est ce qui se répare. » Cette définition, d'une justesse poétique absolue, dit tout : si le luxe se répare, c'est qu'il s'inscrit dans la durée, comme l'amour, l'amitié, la fraternité – ces forces qui nous relient, se cultivent, se soignent, se transmettent. Et toujours *plus qu'hier, moins que demain*.

C'est notre responsabilité collective : aider à transmettre l'amour, l'amitié, la fraternité... mais aussi le luxe, notre planète, et peut-être même, humblement, une part d'univers.

1. Le sens du désir : *what, how, where*

Bernard Arnault l'exprime avec clairvoyance : améliorer le luxe, c'est améliorer la désirabilité de nos Maisons. Cela exige de perfectionner sans cesse – plus qu'hier, moins que demain :

- le *what* : ce que nous faisons ;
- le *how* : comment nous le faisons ;
- le *where* : où nous le faisons.

Ces trois piliers guident depuis longtemps la transformation de notre industrie, de l'artisanat au digital, du retail au e-commerce, et aujourd'hui vers une nouvelle frontière : le «re-commerce», le commerce circulaire.

2. Du neuf au renouvelé : une trajectoire personnelle

Lorsque j'étais président de Montblanc France puis de Montblanc États-Unis, j'ai accompagné la Maison de son modèle de *wholesale* vers le retail, en ouvrant les premières boutiques européennes et américaines, du Faubourg Saint-Honoré à Madison Avenue. Chez Cartier aux États-Unis, j'ai porté l'essor du e-commerce, permettant aux clients d'acquérir des pièces 24 heures sur 24, même loin des grandes villes.

Mais une conversation m'a particulièrement marqué : lorsque j'ai demandé à un des plus grands distributeurs quels étaient ses produits best-sellers, il m'a répondu spontanément : « Rolex, *pre-owned*, Cartier. » J'ai mis du temps à comprendre. *Pre-owned*¹ n'était pas une marque, cela signifiait des produits *pre-loved*². Comme la Terre est *pre-loved* depuis des millénaires par les 108 milliards d'humains qui y ont vécu – 100 milliards au ciel, 8 milliards sur Terre. Comme chacun de nous est *pre-loved* par ses ancêtres, parents, compagnons, enfants, petits-enfants. Comme les maisons, les forêts, les vignobles, les voitures sont *pre-loved*. Comme tout ce qui dure reçoit et transmet une histoire.

1. Traduction : « d'occasion ».

2. Littéralement « pré-aimé », *preloved* fait référence à des produits passés auxquels on offre une seconde vie.

En tant que président de la Maison Van Cleef & Arpels, j'ai initié le rachat de pièces de haute joaillerie, leur réparation, leur authentification et leur revente. Un système *Win-Win-Win* :

- *win* pour les vendeuses et les vendeurs ;
- *win* pour les ateliers ;
- *win* pour les acheteurs, assurés de l'authenticité et d'une pièce décarbonée ;
- *win* pour la marque, qui garantissait la valeur dans le temps ;
- *win* pour la planète et pour l'humanité.

Ce cercle vertueux s'étend désormais à l'ensemble des grands acteurs du luxe. Chaque Maison comprend que l'avenir du luxe passe par ce qui dure, ce qui se transmet, ce qui se répare.

3. Après le *what*, le *how* : l'économie circulaire

Marie Kondo l'écrit : pour être heureux, il faut vider ses armoires et ses tiroirs. Pourtant, 80 % des vêtements restent inutilisés, 92 % des bijoux dorment dans des coffres. Le marché *pre-loved* devient alors essentiel, d'autant que 70 % des héritages se terminent en conflit. Vendre, partager, acheter autrement : voilà une voie plus apaisée, plus fraternelle.

Dans le monde de l'entreprise, les questions affluent, partout :

- De nos clients : « Que faites-vous pour sauver la planète et l'humanité ? »
- De nos salariés, investisseurs, journalistes, gouvernements, et même – surtout – de nos enfants : « Que faites-vous pour sauver la planète et l'humanité ? »

La CSRD (*Corporate Sustainability Reporting Directive*), adoptée en 2022 par le Conseil de l'Union européenne, oblige désormais les entreprises à déclarer, chaque année, non seulement leurs chiffres d'affaires, mais leurs impacts carbone, hydriques, et leurs déchets. Pour y répondre, il faut des solutions. Il faut les partager. Il faut apprendre les uns des autres. C'est la mission magnifique de Circul'R, fondée par le visionnaire Raphaël Masvigner, qui participe à cet ouvrage, et qui met à disposition 25 000 solutions d'économie circulaire.

D'autres initiatives inspirantes sont amplement illustrées dans cet ouvrage, cocréé avec Marta Marcheva et l'Institut Sup de Luxe, avec la contribution de grands experts français des solutions de l'économie circulaire dans le luxe.

À tous ces entrepreneurs et entrepreneuses inspirants qui œuvrent avec générosité et esprit de « co-conquête » : merci. Leur contribution n'est pas seulement utile, elle est vitale.

4. Ce que nous transmettons

Votre vie vous a été transmise par un milliard d'ancêtres. Vous êtes le fruit de 500 millions d'actes d'amour. On vous a légué une planète, des savoirs, des gestes, des biens. Nous avons transmis – parfois malgré nous – des virus comme le Covid. Alors transmettons aussi :

- des savoir-faire ;
- des savoir-vivre ;
- des savoir-être ;
- des savoir-aimer ;
- des solutions ;
- des relations ;
- des biens.

Toujours plus qu'hier et moins que demain.

Et si le luxe de demain était circulaire ?

À l'heure où notre monde traverse des mutations économiques, environnementales et sociétales sans précédent, une nouvelle vision du luxe s'impose : plus responsable, plus inventive, plus proche des savoir-faire.

Ce livre déchiffre comment l'économie circulaire transforme en profondeur l'industrie du luxe, en révélant les pionniers, les entrepreneurs et les dirigeants qui réinventent les codes d'une filière en quête de sens.

Ancré dans la valorisation du made in France, cet ouvrage met en lumière des initiatives inspirantes, des parcours audacieux et des témoignages exclusifs qui illustrent une conviction forte : la circularité est une formidable opportunité d'innovation, de synergies et de création de valeur.

Entre analyses, retours d'expérience et interviews de leaders engagés, ce livre offre une vision positive et ambitieuse de l'avenir du luxe.

Le luxe redéfinit les règles.



Marta Marcheva est directrice de l'Institut Sup de Luxe. Fondé à Paris à l'initiative de la Maison Cartier en 1990 par Alain Dominique Perrin et Michel Guten, l'Institut Sup de Luxe est la première institution de l'enseignement supérieur au monde qui forme les talents et les managers du luxe.

Valérie Accary, Marie Berthelon, Anaïs Bordier, Élodie Bounoua, Chloé Chicha, Barbara Coignet, Sandrine Couroyer, Alice Darmon, Céline Dassonville, Marie-Claire Daveu, Aymeric Déchin, Maxime Delavallée, Ludovic du Plessis, Anne-Sophie Dutat, Yara El-Haddad, Bénédicte Epinay, Aurelia Figueroa, Delphine Gilet, Clara Hardy, Françoise Hernaez, Éric Legent, Fabienne Lupo, Raphaël Masvigner, Elisa Niemtzow, Audrey Peguret, Guillaume Perret du Cray, Véronique Riotton, Charlotte Tranchant et Camille Vever.

26 €

Vuibert.fr



ISBN 978-2-311-41555-1



9 782311 415551