

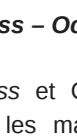
DATA NEWS SQUARE MANAGEMENT

L'IA DANS LE SECTEUR DU LUXE

NEWSLETTER DE DATA SCIENCE | 3^E ÉDITION

PRÉSENTATION

L'intégration de l'intelligence artificielle (IA) dans le secteur du luxe représente une transformation profonde, combinant savoir-faire traditionnel et innovation technologique pour offrir une expérience unique aux clients. De la conception de produits personnalisés à l'optimisation de la chaîne d'approvisionnement, en passant par le marketing ciblé et le service clientèle haut de gamme, l'IA redéfinit les normes de l'industrie. Elle permet aux marques de prédire les tendances, d'anticiper les besoins des clients et de créer des interactions plus engageantes, renforçant ainsi leur avantage concurrentiel. Grâce à cette fusion de technologies, les marques de luxe peuvent offrir des expériences sur mesure, reflétant parfaitement le style et les préférences de leurs clients, tout en préservant l'exclusivité et le prestige associés à leurs produits.

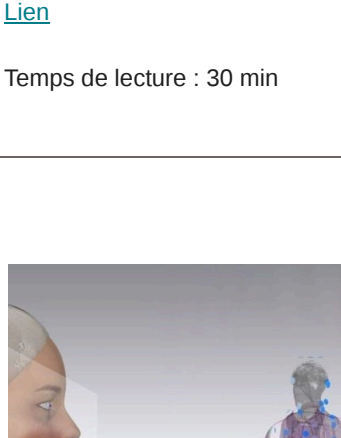


L'IA DANS LE SECTEUR DU LUXE

[EN] Unfolding AI: New worlds of fashion

Vogue Business – Octobre 2023

Vogue Business et Google explorent l'impact de l'intelligence artificielle sur les marques de mode de luxe. L'étude décrit comment l'IA peut améliorer la personnalisation, la fidélité et la valeur de la marque, ce qui se traduit par une augmentation des ventes et du chiffre d'affaires. Elle montre que les consommateurs sont avides d'améliorations apportées par l'IA en matière de design, de durabilité et de communication, et identifie également les marchés clés et les groupes de consommateurs les plus enthousiastes à l'égard de l'IA dans l'industrie. Dans l'ensemble, cette analyse souligne l'importance de tirer parti de l'IA pour créer des expériences significatives et répondre aux exigences en constante évolution des acheteurs de produits de luxe.



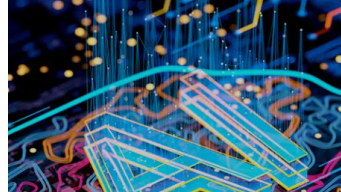
[Lien](#)

Temps de lecture : 30 min

[FR] Comment l'IA transforme-t-elle le secteur du luxe ?

Les Carnets du luxe – Décembre 2023

Cet article explore l'impact innovant de l'intelligence artificielle sur le secteur du luxe, mettant en lumière des innovations comme ChatGPT et les avancées technologiques d'entreprises pionnières, telles qu'Ideas AI. Il décrit comment l'IA améliore la personnalisation et l'authentification des produits et optimise les opérations logistiques, redéfinissant ainsi l'expérience client dans le luxe. La fusion entre tradition et technologie ouvre des perspectives nouvelles pour la créativité, la production et la protection de la propriété intellectuelle, suggérant un avenir où les marques de luxe peuvent se distinguer davantage.



[Lien](#)

Temps de lecture : 8 min

[FR] L'IA générative : nouvelle boule à facettes au service du luxe

Journal du luxe – Janvier 2024

L'intelligence artificielle générative ouvre de nouvelles perspectives pour le luxe, de la personnalisation à la création d'expériences uniques. Cependant, son utilisation soulève des questions sur l'authenticité et l'éthique. Les marques doivent former leurs équipes et choisir judicieusement entre modèles publics et privés. Pour déployer efficacement cette technologie, il faut une stratégie claire, une analyse des processus internes et une conduite du changement. L'IA générative offre l'opportunité de marier tradition et innovation pour redéfinir le luxe dans l'ère numérique.



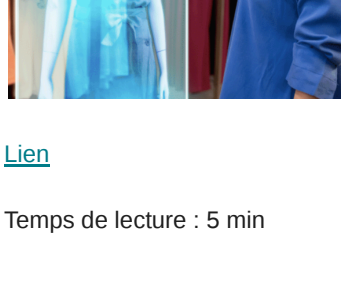
[Lien](#)

Temps de lecture : 3 min

[FR] Comment LVMH déploie l'IA à l'échelle

LeMagIT – Novembre 2023

L'article explore le déploiement à grande échelle de l'intelligence artificielle au sein du groupe de luxe LVMH. Il explicite la gouvernance et les outils mis en œuvre pour répondre à un besoin global, tout en laissant la main à chaque entité. En effet, chacune d'elles doit pouvoir personnaliser les algorithmes pour qu'ils soient en accord avec l'expertise et le savoir-faire de chaque marque. L'environnement choisi permet le déploiement dans les différentes marques, mais aussi la démocratisation des algorithmes au-delà des data scientists.



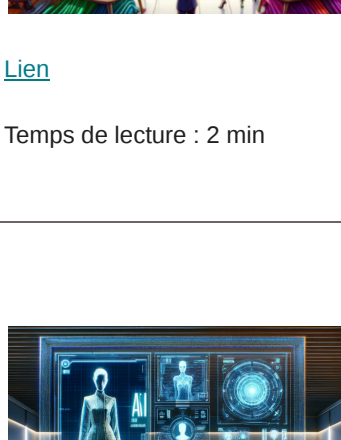
[Lien](#)

Temps de lecture : 5 min

[FR] L'IA et l'influence au cœur du luxe de demain

Journal du luxe – Novembre 2023

L'article explore l'évolution du secteur du luxe à travers l'intégration de l'intelligence artificielle et de nouvelles stratégies d'influence. Il met en avant l'utilisation de l'IA pour enrichir l'expérience client et personnaliser les interactions, tout en soulignant l'importance du contact humain dans le luxe. Les innovations dans le service client et les expériences immersives en boutique sont discutées, ainsi que l'expansion créative et géographique des marques de luxe, notamment vers de nouveaux marchés comme l'Inde.



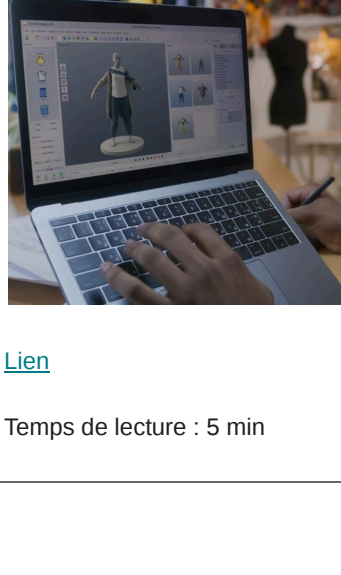
[Lien](#)

Temps de lecture : 5 min

[FR] Top 5 des stratégies d'IA pour le secteur du luxe

TW3 Partners – Février 2024

L'intelligence artificielle s'impose comme un levier de transformation majeur dans le secteur du luxe. Grâce à ses capacités d'analyse, de personnalisation et d'innovation, l'IA redéfinit l'approche des marques de luxe envers leurs clients, leurs produits et leurs processus opérationnels. Cet article explore les cinq stratégies d'IA les plus influentes qui façonnent l'avenir du luxe.



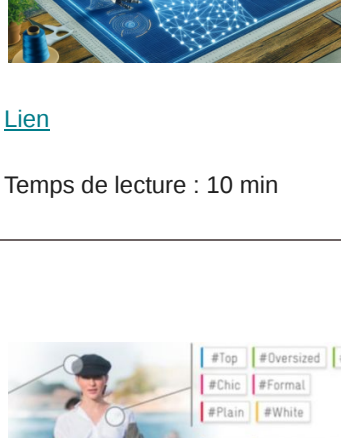
[Lien](#)

Temps de lecture : 2 min

[EN] Incorporating generative AI into the fashion workplace

The Business of Fashion – Février 2024

Cet article fait référence au livre blanc qui développe la façon dont les entreprises peuvent aborder l'intégration de l'intelligence artificielle. L'IA dans le domaine de la mode pourrait mettre d'accroître la productivité, notamment en permettant ainsi dans la conception et le développement de produits. Des experts ainsi que leurs différents cas d'usage sont cités. Il évoque également l'intérêt de développer les exigences professionnelles pour avoir des profils capables de s'adapter aux nouvelles technologies.



[Lien](#)

Temps de lecture : 2 min

[FR] Intelligence artificielle : priorités, mythes et réalités dans l'industrie du luxe

Luxus Plus – Janvier 2024

D'après une analyse sur l'intégration de l'intelligence artificielle publiée récemment par le Luxury Institute, l'IA pourrait offrir des opportunités dans quatre domaines clés du luxe : l'automatisation décisionnelle, l'expérience client, l'efficacité opérationnelle et le développement durable. Cependant, des mythes entourent son efficacité, notamment sur sa capacité à remplacer l'humain dans la prise de décision éthique et légale, ainsi que sur sa précision et son adaptation aux besoins individuels.



[Lien](#)

Temps de lecture : 5 min

[FR] Luxe 3.0 : l'IA générative redéfinit les standards de créativité et de relation client

MC Factory – Janvier 2024

Les maisons de luxe se tournent vers l'intelligence artificielle générative pour stimuler la créativité et améliorer la relation client, en suivant la tendance des innovations digitales. Les marques cherchent à anticiper les ventes et à améliorer l'expérience client, tout en préservant l'ADN du luxe. Cependant, l'utilisation de l'IA soulève des questions de confidentialité des données et de préservation de la propriété intellectuelle. Les marques doivent équilibrer habilement l'intégration de l'IA tout en préservant leur identité distinctive.



[Lien](#)

Temps de lecture : 10 min

[EN] How AI and blockchain are fighting counterfeit in the luxury market

Forbes – Octobre 2023

La contrefaçon coûte des milliards de dollars chaque année au marché du luxe. Pour lutter contre ce fléau, des entreprises innovantes ont développé des solutions combinant intelligence artificielle et blockchain. Cet article met en avant trois entreprises, Entrupy, Origen et le consortium Aura, et la façon dont elles utilisent ces technologies afin de garantir l'authenticité et la traçabilité des produits de luxe.



[Lien](#)

Temps de lecture : 5 min

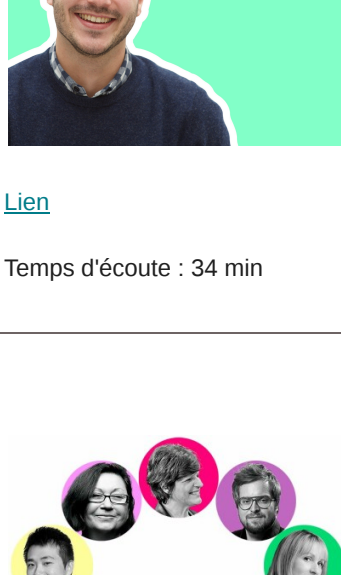


PODCASTS

[FR] Kering : Lancer un programme de data governance avec une approche data mesh ?

DataGen – Février 2024

Cette interview du directeur de la direction Data Governance & Transformation de Kering retrace la mise en place de data governance mis en place par le groupe de luxe, qui rassemble les maisons Gucci, Balenciaga, Saint Laurent et sept autres. Il évoque les cinq grands piliers que sont la stratégie, la gouvernance, la plateforme, la business intelligence et l'intelligence artificielle. De manière plus globale, l'échange développe les aspects suivants : le diagnostic, la roadmap et l'approche data mesh (création de data domains, d'un modèle fédéré et utilisation d'une plateforme), les différents rôles et data product.



[Lien](#)

Temps d'écoute : 34 min

[FR] L'impact de l'intelligence artificielle sur le retail et le luxe

Ausha – Février 2024

Dans ce podcast, des experts explorent les usages de l'IA dans le secteur du luxe, soulignant son impact sur l'expérience client et la création de produits. Ils citent des exemples tels que la réalité augmentée pour les essais de maquillage chez PCD (Paris Packaging Week) et l'utilisation de l'IA par LVMH pour personnaliser le parcours client. De plus, le luxe intègre la blockchain pour créer des passeports numériques, garantissant l'authenticité des produits aux clients et facilitant la traçabilité des produits vendus. Cette approche équilibre tradition et innovation pour séduire les nouvelles générations de consommateurs.



[Lien](#)

Temps d'écoute : 16 min

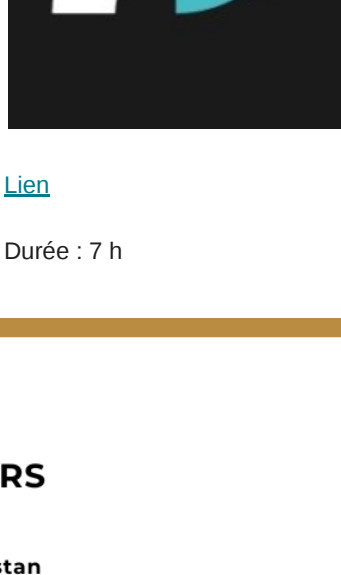


FORMATIONS

[FR] Institut français de la mode : « Créativité et Intelligence artificielle »

Institut français de la mode – De juin à décembre 2024

La formation « Créativité et Intelligence artificielle » propose une vue complète sur l'IA et ses applications dans les industries de la mode et du luxe. Elle vous permettra de comprendre les dernières évolutions et les perspectives qu'offre l'IA dans le domaine de l'art et de la création, et vous aidera à saisir les nombreux cas d'usage tout au long de la chaîne de valeur industrielle, de la mode et du luxe.



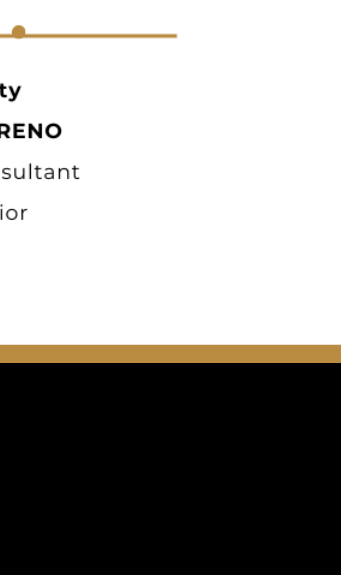
[Lien](#)

Durée : 1 j

[FR] Crews Éducation : « formation Intelligence artificielle & Luxe »

Crews – 2023

La formation « Intelligence artificielle & Luxe » vous permet de comprendre les enjeux et les opportunités de l'IA, ainsi que d'identifier ses cas d'usage dans le secteur du luxe. Le programme couvre les fondamentaux de l'IA, ses applications et ses tendances futures dans le luxe, et alterne entre sessions théoriques et études de cas pour vous offrir une expérience d'apprentissage immersive et interactive.



[Lien](#)

Durée : 7 h

LISTE DES CONTRIBUTEURS

Claire SERRAZ

Consultante
Confirmée

Sylvine RIVIERE

Consultante
Confirmée

Tristan GRISON

Consultant
Confirmé

Graziella GAUDAIS

Consultante
Senior

Solène DELANGE

Consultante

Guillaume PAIN

Consultant

Marie SOULIES

Consultante

Nicolas MOINE

Consultant

Scoty MORENO

Consultant
Senior