

Michel CHEVALIER et Gérald MAZZALOVO publient :

## [Management et Marketing du luxe](#)

3<sup>e</sup> édition de l'ouvrage de référence sur l'industrie du luxe



La lecture de ce grand classique permet de comprendre les enjeux, les contraintes et les opportunités de cette industrie très française et italienne, bien qu'aujourd'hui mondialisée.

La gestion des marques est particulièrement intéressante et claire pour qui veut devenir Premium. C'est d'autant plus important à l'ère du digital qui met en avant d'abord les marques. Les auteurs nous font découvrir que les codes du luxe s'appliquent à d'autres secteurs : automobile, agro-alimentaire, distribution, services...

Ils insistent également sur l'importance de l'optimisation des coûts dans l'industrie du luxe. En effet, pour être Premium, il faut avoir des magasins avec de bons emplacements et de préférence en propre, mais le point mort de ces magasins est élevé. Aussi, pour réussir il faut baisser le point mort !

A lire par ceux qui s'intéressent au luxe et aux autres métiers.

[Michel CHEVALIER](#) est membre du [Comité scientifique](#) d'ABV.