

Université Côte d'Azur, Launchmetrics, TikTok et la ville de Cannes s'associent pour lancer la première Luxury Tech Riviera

Le Sud de la France accueille un nouveau Programme Académique et de Recherche axé sur l'Entrepreneuriat dans la Luxury Tech & le Management des Affluenceurs

CANNES, FRANCE (Jeudi 6 mai, 2021) – Université Côte d'Azur annonce aujourd'hui son partenariat avec Launchmetrics - le premier Brand Performance Cloud pour la Mode, le Luxe et la Beauté - la plateforme TikTok et la Ville de Cannes pour créer une collaboration unique de formation, recherche et innovation axée sur la Luxury Tech avec une dominante sur l'Entrepreneuriat & le Management des Affluenceurs.

Lorsque le monde se relèvera de la pandémie et que les entreprises se tourneront vers de nouveaux moyens de communication avec leurs clients, les créateurs et les affluenceurs seront parmi les acteurs déterminants du succès. Ce nouveau programme mondial de recherche et d'innovation vise à analyser les affluenceurs - consommateurs aisés qui influencent également les comportements d'achat et de consommation des autres - par une approche scientifique qui combine: intelligence artificielle, deep learning, analyse prédictive, nowcasting, web sémantique, analyse de la clientèle, économie du comportement et des émotions. La "Luxurytech Riviera" s'installe naturellement à Cannes, ville qui symbolise le glamour.

Le lancement du *Master of Science en Luxury Tech Entrepreneurship & Affluencer Management* à Université Côte d'Azur, qui débutera en Octobre prochain (les candidatures sont ouvertes), est la première action du partenariat. Cette formation de très haut niveau dont les fondamentaux sont axés sur l'expertise « Affluencers », sera centrée sur des projets réels en partenariat avec des marques et permettra le brassage de 3 profils d'étudiants: Entrepreneur, Business, Data Analyst. Les étudiants ont vocation à développer un projet de startup en année 2 et à rejoindre le startup studio pour les meilleurs d'entre eux. Ce Master et plus généralement le partenariat s'appuieront sur les compétences académiques de l'Université, les ressources de la ville de Cannes, l'expertise industrielle de Launchmetrics et l'expérience digitale de TikTok, pour réunir des professionnels du monde entier, organiser des projets et des collaborations de recherche avec des entreprises de premier plan comme **TikTok**, **LVMH**, **Clarins** ainsi que des ateliers animés par des partenaires incluant Jing Daily et des experts du marché tels que **Pascal Morand** - Président exécutif de la Fédération de la Haute Couture et de la Mode, **Xavier Romatet** - Directeur Général de l'Institut Français de la Mode (IFM), **Reesa Lake** - Partner & EVP chez Digital Brand Architects, **Belinda Bowring** - VP de la Communication chez Endeavor, **Jessica**

Michault - Editor-at-large ODDA Magazine et membre du BoF 500, **Melilim Fu** - KOL Chinoise de beauté et makeup artist **et bien d'autres figures emblématiques de l'industrie du luxe.**

"Il ne fait aucun doute que le paysage du luxe a changé au cours de l'année écoulée - et le marketing du luxe a changé avec lui, nécessitant de nouvelles méthodes et de nouvelles approches pour atteindre le consommateur moderne", **déclare Michael Jais, PDG de Launchmetrics.** "Je suis fier de dire que Launchmetrics apportera ses connaissances et ses données spécifiques pour créer le programme éducatif le plus pertinent du secteur aux côtés de l'Université Côte d'Azur et de la Ville de Cannes. Grâce à notre force collective, nous pourrons contribuer de manière significative à la reprise de l'éducation dans le monde en préparant les futurs professionnels de demain."

"L'industrie du luxe, emblématique du savoir-faire français et de notre territoire, pose des défis passionnants en matière de recherche et d'innovation qui sont aujourd'hui renouvelés par la montée en puissance des approches numériques, notamment de l'intelligence artificielle", **déclare Jeanick Brisswalter Président d'Université Côte d'Azur.** "Ces nouvelles approches impliquent la nécessité de nouvelles formations alliant intelligence artificielle, économie et comportement du consommateur. Nous apportons à ce partenariat non seulement tout notre potentiel de recherche dans ces domaines, mais aussi en matière de formation avec la création du Master of Science Luxury Tech Entrepreneurship & Affluencers Management, qui offrira une combinaison unique de compétences aux futurs diplômés du domaine. Ce master, co-développé avec Launchmetrics, propose un programme hautement professionnel avec des intervenants renommés de l'industrie du luxe et des chercheurs de l'Université Côte d'Azur."

"Cannes devient un vivier d'innovation, de recherche et d'enseignement supérieur d'excellence," **déclare David Lisnard, maire de Cannes.** "Grâce à la collaboration de la Mairie de Cannes, de l'Université Côte d'Azur, de TikTok et de la société Launchmetrics, un domaine d'étude innovant basé sur les nouveaux comportements d'achat liés à l'usage des réseaux sociaux vient enrichir l'offre des nouvelles formations proposées sur le territoire. Ce projet conforte le positionnement de Cannes comme ville des industries créatives, source d'une nouvelle attractivité, de prospérité et d'emplois pour notre jeunesse. La vitalité événementielle de la ville au rayonnement mondial, son nouveau Campus universitaire et son expertise reconnue dans le domaine du luxe participent à la force du projet Luxury Tech que nous nous réjouissons d'aider à fleurir en offrant un site d'expérimentations unique au monde aux étudiants, aux chercheurs et aux entrepreneurs."

"Nous sommes ravis de soutenir un ambitieux programme de recherche et académique dédié aux affluencers, ces nouveaux consommateurs qui façonnent les tendances du secteur du luxe et largement présents sur notre plateforme, créé par l'Université Côte d'Azur, la ville de Cannes et Launchmetrics" **déclare Eric Garandeau, Directeur des Relations Institutionnelles et Affaires**

Publiques France de TikTok. “En à peine deux ans, TikTok est devenue la plateforme privilégiée d’expression créative, et à ce titre, un partenaire naturel et incontournable pour accompagner la transformation digitale des marques de luxe et leur permettre de toucher de nouvelles communautés très engagées. L’inclusion et la diversité, étant des valeurs au coeur de notre ADN, TikTok facilitera également l'accès au nouveau programme de Master.”

Pour plus d'informations sur le programme et pour vous inscrire, veuillez consulter le site <https://univ-cotedazur.eu/msc/affluencers-luxury-business>.

Le projet « Luxurytech Riviera, Affluencers Center » propose d’implanter une filière de développement économique lié au luxe et à l’art de vivre ; basé sur les capacités scientifiques, technologiques et partenariale du territoire azuréen. Le projet consiste concrètement en la création d’un centre d’innovation dédié à l’analyse de la clientèle haut de gamme à vocation mondiale et intégrant dans un même lieu emblématique à Cannes :

- un laboratoire de recherche (UCA)
- une plateforme de formations initiale (Master of science UCA) et formation continue (UCA)
- un startups studio (privé)

Le centre Luxurytech Riviera Affluencer Center concentrera au service de cet écosystème spécialisé, la technologie, les datas, le potentiel de recherche en IA, en économie comportementale et en neuroscience. Il apportera ainsi toute le socle de compréhension des données nécessaires au développement fructueux et maîtrisé de nouvelles propositions de valeurs dans ce domaine du luxe et de l’art de vivre pour lesquels la France est leader mondial.

Le luxe réalise en effet un virage digital crucial qui appelle une expertise spécifique pour accélérer son développement en France et dans le monde, mais également pour être en capacité de créer de nouvelles startup au service de cette industrie avec des produits, applications ou services haut de gamme « data based ». Ce projet se propose donc de créer l’environnement complet pour générer et attirer des startups et créer à Cannes d’ici à 4 ans un point de référence majeur pour cette industrie.

La capacité de collecte et d’analyse des données permettra à l’industrie de la mode, de la beauté et du luxe de se positionner en référence et à l’avant-garde pour :

- Identifier nouveaux clients et comprendre leur système d’influence
- Détecter les émotions qui sont le ressort fondamental de cette industrie
 - Comprendre et anticiper les tendances
 - Analyser les stratégies des marques et les conseiller sur leur positionnement
 - Développer des comportements écoresponsables encore rares pour cette industrie grâce aux données

objectifs stratégiques du projet :

Cannes présente un écosystème unique au monde qui regroupe les univers du tourisme, de la mode, du luxe , de la beauté et de l’art de vivre à la française. La luxurytech a identifié des défis scientifiques (analyse des émotions, prédiction de tendances grâce à l’IA sur la sémantique et les images...) précurseurs qui permettront de positionner Luxurytech Riviera comme un centre de référence mondial majeur en nous appuyant sur la légitimité détenue par la France leader mondial du luxe.

Le premier objectif stratégique vise à tirer profit de cet écosystème et de la proximité immédiate de centres de recherche labélisés 3IA (Interdisciplinary institute for Artificial Intelligence) Inria et CNRS de l’Université Côte d’Azur, ainsi que la capacité de Cannes à attirer des partenaires industriels du secteur.

Le second objectif stratégique est d'utiliser cette expertise scientifique et professionnelle combinée pour capter et exploiter les millions de données issues des réseaux sociaux. Nous ciblerons notamment les Affluencers : les millénials à fort revenus et influents sur les réseaux sociaux dont le life style rejoint idéalement l'ADN de la ville de Cannes. La population des Affluencers est devenue à la fois la nouvelle cible et le vecteur des marques de luxe et des créateurs de contenus de l'industrie créative. Ils représentent plus de 100 millions d'utilisateurs des réseaux sociaux à travers le monde. Le secteur du luxe représente au niveau mondial près de 3000 mds de \$ par an et 80% des consommateurs du luxe interagissent via les réseaux sociaux dans leur engagement envers les marques.

En quoi ce projet est-il structurant pour le développement économique régional ?

L'axe de structuration consiste en l'implantation d'une filière unique (à l'instar de la Fashion Tech de New York) en combinant formation/recherche et innovation sur la base d'une alliance forte d'acteurs : Université/ territoire / industrie pour permettre de créer un générateur unique de développement économique. Ces synergies permettent d'envisager une nouvelle modalité perméable et fluide de transfert de technologie et de création de valeur économique encore rare sur la Côte d'azur pour :

- La diversification de l'activité économique de la Côte d'Azur en donnant une dimension d'innovation technologique aux acteurs et
- La complémentarité économique au niveau de la Région qui installe des industries liées à la mode et au luxe (Marseille, Grasse, et la Riviera en général)
- L'intégration des technologies d'anticipation basées sur l'analyse intelligente des données pour accompagner la transition numérique de l'industrie du Cinéma et des Arts.

Le projet répond directement aux besoins de l'industrie et crée de la valeur économique en se positionnant en générateur de startups. Luxurytech Riviera est un centre public et privé comportant :

Sur le volet de la formation : nous avons réuni des compétences scientifiques et professionnelles pour concevoir la maquette du Master of Science IDEX « Luxurytech Entrepreneurship & Affluencers Management ». Cette formation de très haut niveau dont les fondamentaux sont axés sur l'expertise « Affluencers », sera centrée sur des projets réels en partenariat avec des marques (LVMH, Clarins, TikTok, Accor, etc...) et permettra le brassage de 3 profils d'étudiants (Entrepreneur, Business, Data Analyst)

Les étudiants ont vocation à développer un projet de startup en année 2 et à rejoindre le startup studio pour les meilleurs d'entre eux. A ces parcours s'ajouteront des formations executives de référence internationale sur les outils et connaissances liés aux consommateurs de luxe en collaboration avec le Collège International de Cannes qui rénove actuellement son offre. Des passerelles et collaborations internationales avec Stanford ou UCLA sont à l'étude et en discussion. Enfin des programmes communs pourront être proposés sur la création de contenus innovants pour les marques de luxe en lien avec le Campus Cinéma de Cannes.

Le centre de recherche apportera une plus-value significative par sa capacité à traiter de façon transdisciplinaire tous les champs complémentaires qui façonnent les technologies liées à l'industrie du luxe : l'IA, l'économie comportementale, l'analyse des émotions, les neurosciences,

Le startup studio ce projet permettra à tout projet à destination de la clientèle du luxe et du « life style » d'accéder à une plateforme de ressources spécialisées, des algorithmes issus du centre de recherche, des mentors issus de l'industrie du luxe, pour leur permettre de connaître et comprendre sa cible, d'anticiper les tendances et d'adresser les consommateurs partout dans le monde.

Contacts presse

Université Côte d'Azur:
Delphine SANFILIPPO

Attachée de presse
delphine.sanfilippo@univ-cotedazur.fr

Launchmetrics:
Katherine KNIGHT

Directrice de la communication
Katherine.Knight@launchmetrics.com

Ville de Cannes:
+33 (0)4 97 06 41 41

presse@ville-cannes.fr

À propos de Launchmetrics

Launchmetrics est le leader du Brand Performance Cloud utilisé par les dirigeants des secteurs de la Mode, du Luxe et de la Beauté (FLB) pour se connecter avec le consommateur moderne dans un paysage en constante évolution. Fort de plus de dix ans d'expertise dans le secteur, Launchmetrics aide plus de 1 000 clients à créer des expériences inspirantes, percutantes et mesurables.

Son Brand Performance Cloud fournit aux entreprises les outils et l'intelligence dont elles ont besoin pour optimiser l'utilisation de leurs actifs créatifs, exécuter de puissants programmes d'amplification de la marque et mesurer sa performance. La solution exclusive Media Impact Value™, pilotée par l'IA, permet aux clients de comparer leurs performances à celles de 2 000 concurrents dans le monde. L'intelligence de Launchmetrics permet à ces entreprises de développer leurs activités et de rationaliser leurs processus, en mettant l'accent sur la rentabilité, la responsabilité et l'efficacité, tout en permettant le type de prise de décision rapide nécessaire à l'agilité.

Fondée à New York et dont le siège opérationnel se trouve à Paris, Launchmetrics compte des employés sur dix marchés dans le monde entier et offre une assistance en cinq langues. Launchmetrics est la technologie de confiance en matière de performance des marques pour des marques du monde entier telles que Dior, Fendi, Shiseido, NET-A-PORTER et Adidas, ainsi que pour des partenaires comme IMG, the Council of Fashion Designers of America, the British Fashion Council, la Camera Nazionale Della Moda Italiana et la Fédération de la Haute Couture et de la Mode.

À propos de TikTok

TikTok est la destination incontournable pour les vidéos mobiles au format court. Nous avons pour mission d'inspirer la créativité de nos utilisateurs et de les divertir. TikTok est présent partout dans le monde, avec des bureaux notamment à Los Angeles, New York, Londres, Paris, Berlin, Dubaï, Singapour, Jakarta, Séoul et Tokyo. www.tiktok.com.

À propos d'Université Côte d'Azur

Université Côte d'Azur est une Université expérimentale qui remplace depuis le 1er janvier 2020 l'Université de Nice Sophia Antipolis et la Communauté d'Universités et d'Établissements (ComUE) Université Côte d'Azur. Le décret qui la crée a été publié le 26 juillet 2019 au Journal officiel. Reconnue en 2016 comme une initiative d'excellence, Université Côte d'Azur est l'une des grandes universités de recherche françaises.

Formée de composantes aux responsabilités accrues, plaçant l'excellence de la recherche au cœur de toutes ses activités, entretenant des liens forts avec le territoire, et associée aux grands leaders nationaux de la recherche, Université Côte d'Azur a pour ambition d'avoir un impact mondial et de se classer parmi les meilleures universités européennes.

À propos du programme « Cannes On Air »

Cannes on Air est un ambitieux programme initié et soutenu par David Lisnard. Il a pour objectif de soutenir le déploiement, sur l'ensemble de son territoire, de la filière de l'économie créative et, plus particulièrement, celle de l'audiovisuel. Le but est de doter la ville de tous les maillons de la chaîne de la création de contenus audiovisuels en

suivant le parcours d'une œuvre et de faire profiter de ce déploiement toutes les composantes du territoire communal.

Il comprend plus particulièrement: la création d'un Campus universitaire dédié à l'économie créative et d'une résidence étudiante ; l'implantation d'une cité des entreprises « CréACannes » conçue pour le dynamisme entrepreneurial ; la construction d'un multiplexe cinématographique « Cineum Cannes » doté du plan grand écran de la Côte d'Azur ; des studios audiovisuels sur la friche dite « Ansaldobreda » ; des studios de post-production en centre-ville.