



Stratégie d'innovation et industrie du luxe

RIMOWA

Entreprise : **RIMOWA (LVMH)**
Période : **2020 - 2021**
Tuteur entreprise : **Benoit Dauchin**
Lieu : **Paris**

Étant l'un des leaders mondiaux des valises haut de gamme, RIMOWA a été fondée à Cologne en 1898. Entreprise pionnière dans les articles du voyage, elle a conçu la première valise étanche en 1976 puis la première valise en polycarbonate en 2000. En novembre 2016, l'entreprise a rejoint le groupe LVMH. En seulement trois ans, une grande transformation a été opérée : la refonte de son identité, une nouvelle offre produit, le développement de son réseau de distribution et des collaborations prestigieuses comme Supreme, Fendi ou Dior. Honorée de 17 récompenses pour ses innovations depuis 2010, elle a reçu en 2019, le prix de la « Most Innovative Company » par le magazine américain Fast Company.

Descriptif du projet

Avec une conception plus proche de l'horlogerie que de la mode ou de la maroquinerie, le savoir-faire de RIMOWA diffère des maisons emblématiques du groupe LVMH. En parallèle, l'industrie du luxe fait face à une profonde transformation, portée par l'évolution de sa clientèle et leurs nouvelles attentes.

Dans ce contexte, RIMOWA souhaite accélérer sa réflexion sur sa stratégie d'innovation, pour se positionner sur un marché du luxe en mutation. Réunissant les innovations produit, digitale et marketing, l'objectif est d'alimenter la vision stratégique de ce triptyque.

Méthodologie envisagée

L'objet du projet de Master, qui serait confié à un étudiant, serait de mener des recherches sur l'innovation du luxe. Ces recherches devraient permettre à l'étudiant de parfaire la stratégie d'innovation de RIMOWA pour l'implanter durablement dans l'univers du luxe. Pour cela, l'étudiant interagirait avec les différents départements de la maison.