

LIVRE

RACONTER



"IL Y A DÉSORMAIS
À LA TÊTE DES MARQUES,
PLUS DE COMPTABLES
QUE DE FAISEURS DE RÊVES."

Astrid Wendlandt.

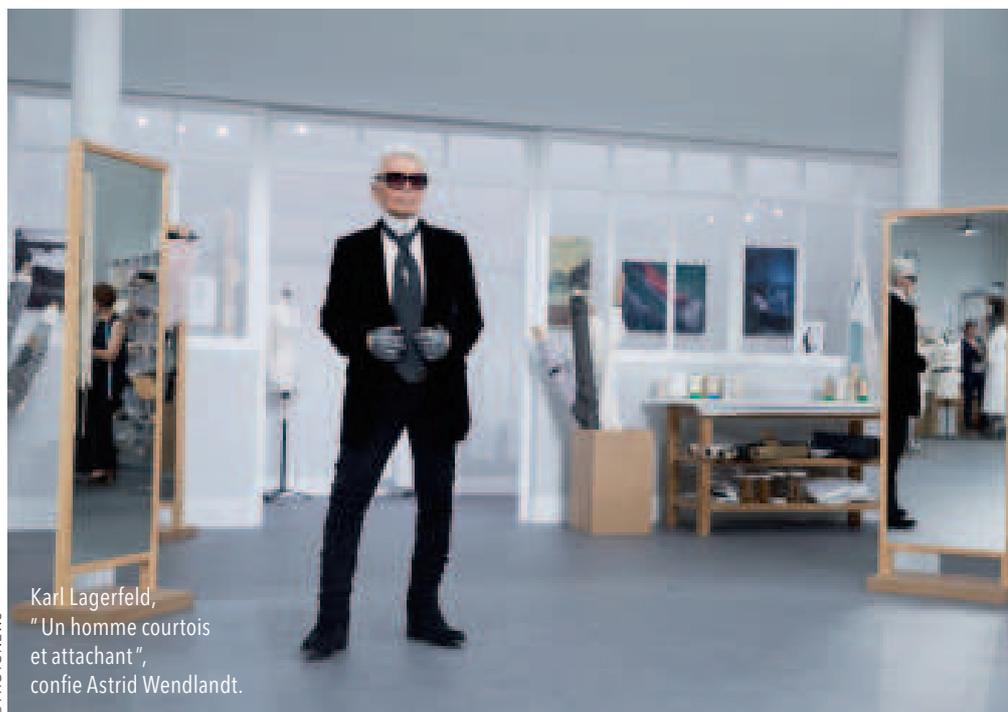
LE LUXE

Ex-journaliste spécialisée dans le domaine du luxe et de la mode, Astrid Wendlandt a créé une maison d'édition avec laquelle elle sort *Le Luxe à la conquête du Monde*. **Du grand Karl, qu'elle admire, aux patrons de cette industrie du rêve, tout le monde passe sous sa loupe !**

PAR ESTELLE MORGAN. PHOTOS D.R. SAUF MENTIONS CONTRAIRES.

Astrid Wendlandt a étudié les sciences politiques, a appris le russe, puis a arpenté la Sibérie avant de suivre les défilés et les grandes maisons. Aujourd'hui, l'ancienne journaliste sort *Le Luxe à la conquête du Monde*, en double édition française et anglaise, à l'image internationale qu'elle souhaite donner à sa toute récente maison de publication, Miss Tweed, consacrée au luxe et à la mode. Avec cet ouvrage, elle livre son ressenti sur un monde qu'elle respecte, mais dont elle regrette certaines valeurs. Celles de la passion, du respect et de la création avant la satisfaction des actionnaires. Et y dresse le portrait des plus grands patrons de cette industrie du rêve.

Pourquoi avoir écrit ce livre aujourd'hui ? J'ai connu une autre vie avant de travailler dans le monde du luxe. J'étais rédactrice en chef du service luxe chez Reuters pour toute l'Europe, ce qui m'a permis d'étoffer mes contacts et



Karl Lagerfeld, "Un homme courtois et attachant", confie Astrid Wendlandt.

© PHOTONEWS

Pour l'ex-journaliste, Karl Lagerfeld avait l'art de faire grandir les talents.



© PHOTONEWS

de pouvoir réaliser cet ouvrage. Je suis aussi une jeune maman seule, je désirais bâtir mon propre média consacré à la mode et au luxe. J'ai quitté un super job et mis toutes mes économies dans ce projet d'édition. Il fallait que je prenne le recul nécessaire à son écriture.

Selon Loïc Prigent (journaliste mode et auteur du décapant Passe-moi le champagne, j'ai un chat dans la gorge, NDLR.), on ne peut pas écrire sur la mode sans l'aimer passionnément. Partagez-vous cet avis ?

J'aime la mode dans ce qu'elle a de fou et j'ai énormément de respect et d'admiration pour les créateurs dont l'audace nous permet de voir la vie autrement. Les maîtres du luxe ont bâti des empires. Mais je reproche à certains d'avoir du mal à préserver une humanité originelle. Le sous-texte de mon livre, le message à retenir, est qu'on peut se demander où sont les vrais grands patrons aujourd'hui.

Il y a désormais à la tête des marques, plus de comptables que de faiseurs de rêves. Le luxe doit faire rêver, ses clients bien sûr mais tout d'abord ses équipes. Une entreprise comme Hermès, qui emploie 13 000 personnes, ou Louis Vuitton, 20 000, est divisée en multiples services et la communication ne passe plus, notamment avec ceux qui incarnent l'esprit et la parole de la maison. Il faut faire attention à cette bureaucratisation et au démon du corporatisme.

Qui est votre référence absolue dans le milieu ?

Karl Lagerfeld ! Je l'aimais beaucoup, il sortait des phrases extraordinaires comme La personnalité commence là où s'arrête la comparaison. C'était un homme attachant, très courtois et bienveillant. Il faisait grandir les talents autour de lui et ressortir le meilleur d'eux-mêmes. D'ailleurs, les gens restaient travailler avec lui durant vingt, trente ans.

Si on compare à Riccardo Tisci chez Burberry ou Nicolas Ghesquière chez Louis Vuitton, la différence est flagrante. Terroriser les créateurs mène à la mort de la créativité. Je pense que les PDG commencent à en prendre conscience. Car nous avons besoin du luxe, économiquement et culturellement. Toutes les histoires que je relate m'ont touchée : José Neves de Farfetch, Ralph Toledano, et les plus grands, de Karl à Gaultier. Quant à Jacques von Polier de Raketa et ses montres russes, il se rapporte au chapitre le plus drôle du livre. Yves Carcelle de Louis Vuitton est un modèle, on n'en fait plus des comme lui. Mais à part Karl, je n'ai pas vraiment de préféré, ils sont tous emblématiques !

Vous pointez notamment Nicolas Ghesquière, qui ne rencontre jamais aucun de ses stylistes et qui vit isolé de toutes ses équipes...

C'est sûr qu'il va adorer mon livre ! Pourtant, je ne cherche pas la polémique et je pense



Alain-Dominique Perrin (Cartier).

© PHOTONEWS



Yves Carcelle (Louis Vuitton).

© PHOTONEWS



Jean Louis Dumas (Hermès).

© PHOTONEWS



Nicolas Ghesquière (Louis Vuitton).

© BELGA IMAGE

m'être montrée assez bienveillante avec cet ouvrage. Cependant, je regrette qu'aucune des grandes stylistes femmes ne m'ait accordé d'interview. Au départ, je voulais raconter des histoires, des destins, car les gens s'identifient plus aux personnages qu'aux idées. La structure de mon livre allait de soi, en choisissant des personnages emblématiques, dont les trois pionniers Alain-Dominique Perrin (Cartier), Jean-Louis Dumas (Hermès) et Yves Carcelle (Louis Vuitton), qui symbolisent toute une époque : celle de ces quarante dernières années. Perrin organisait des soirées incroyables avec un sens de la démesure et de la fête. Le luxe est né du glamour. Et il est bon de se souvenir que le luxe n'existerait pas s'il n'y avait pas eu cette folie des années 70 où tout était permis, héritage de l'adage "Il est interdit d'interdire" de Mai 68. Il n'y avait pas de honte à afficher son succès ou de porter des choses très chères et de marque. On retrouvait cette folie merveilleuse et créative dans la mode comme dans les arts en général.

Qu'avez-vous ressenti durant son écriture ?

Pour moi, ce livre est un devoir de mémoire. En tant que journaliste, je suis témoin de mon temps. Je trouvais injuste que l'histoire de ces hommes ne soit pas connue du public. Ils avaient en commun un très grand charisme, une empathie, une vision stratégique et une classe certaine. Mais je refuse de dire que c'était mieux avant. Bâtir un empire du luxe ne s'apprend pas : on l'a ou on ne l'a pas ! Dans le milieu, on manque aujourd'hui de personnalités inspirantes et on trouve beaucoup d'arrogance. Je ne citerai pas de noms, mais certains PDG pensent réellement qu'ils marchent sur l'eau ! Ce n'est pas le luxe qui m'attirait au départ, je suis plutôt attirée par les forêts et les grands espaces. Mais j'ai fini par m'intéresser à ce milieu, qui renferme beaucoup d'âmes sensibles dont les antennes sont capables de sentir le monde dans lequel nous vivons. Souvent, ils ne sont pas armés contre les coups bas et les trahisons qui sévissent dans cette industrie. Si vous allez du côté de l'hôpital américain à Paris, vous croiserez beaucoup de gens du métier, broyés par le système. C'est un milieu très dur qui pourtant fait rêver tout le monde. Comme les places sont chères, tous les coups sont permis. Les premiers rangs des fashion weeks, beaucoup en deviennent accros et sont prêts à tout pour plaire aux marques. Moi je n'ai pas peur, j'ai affronté la Sibérie ! D'ailleurs, mon luxe à moi serait d'avoir une maison en rondins dans la forêt. J'ai déjà une yourte dans laquelle

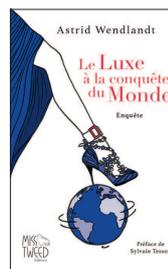
je me retire chaque année, dans un coin perdu au sud de l'Oural, où il n'y a pas d'eau courante ni électricité. Le vrai luxe quoi !

Dans votre préface, Sylvain Tesson écrit Le luxe est l'objet dont la convoitise déclenche la fièvre et dont l'acquisition la calme, qu'entend-il par là ?

Le luxe fait appel à notre irrationalité et synthétise notre quête de beauté. En toute objectivité, un foulard Hermès ne sert à rien, mais certaines femmes en ont irrésistiblement besoin. Voltaire parlait du superflu, comme d'une "chose si nécessaire". Le luxe nous ramène à l'essence même de ce que nous sommes comme êtres humains, à même de croire au merveilleux et au beau. Et le beau a une dimension spirituelle, il est une émotion, parfois invisible ou abstraite. Les grands créateurs nous vendent du rêve, totalement détachés des préoccupations quotidiennes.

Quel futur attend le luxe ?

Le luxe incarne des valeurs très actuelles, écologiques, environnementales. Nos grands-mères, ayant connu la guerre, disaient l'm to poor to buy cheap, soit Je suis trop pauvre pour acheter de la mauvaise qualité. Une qualité de plus en plus prisée. Et Jean-Louis Dumas (Hermès) avait prédit très justement Le siècle de demain sera un siècle de main. Nous allons revenir vers les artisans. Les investisseurs doivent protéger les savoir-faire. C'est là que réside le luxe du futur !



Astrid Wendlandt,
*Le luxe à la conquête
du monde*, Miss Tweed
Éditions. Dus. Idus, endi



Astrid Wendlandt,
dans sa yourte,
au sud de l'Oural.
" Le vrai luxe ! "