



## BIO EXPRESS

**1973**

Naissance à Paris

**1994**

Diplômée d'un Bachelor de l'université de McGill au Canada

**1996**

Débute sa carrière au *Moscow Times*

**1999**

Travaille au *Financial Times* à Londres et Moscou

**2004**

Intègre l'agence Reuters à Paris

**2017**

Quitte Reuters pour fonder Miss Tweed, média spécialisé dans la mode et le luxe

© CREDIT PHOTO



## Le luxe c'est aussi des agriculteurs, des fermiers, des artisans

ou LVMH comme des *success stories* françaises. Quand Emmanuel Macron a invité de grands créateurs à l'Élysée il y a un an et demi, c'était la première fois depuis Mitterrand qu'un événement pareil se produisait. Les Français ont un problème avec l'argent et tout ce qui est ostentatoire. Cela joue aussi sur le manque de reconnaissance envers le luxe. D'autant que la mode présente de nombreuses connotations péjoratives : sa superficialité, sa futilité. Alors qu'au-delà du business, la mode a aussi un rôle social et sociétal très important.

### Il est pourtant notoire que nombreux sont les hommes politiques qui adorent le luxe...

**A.W.** : Brigitte Macron est presque une égérie de Louis Vuitton, elle ne porte que ça. Mais il y a toujours un problème quand il s'agit de célébrer le luxe et la mode. Rendez-vous compte qu'une entreprise comme LVMH qui emploie 150 000 personnes – l'équivalent d'une ville – n'a pas beaucoup de reconnaissance de la part des politiques.

### Les entreprises du secteur en ont d'une certaine manière quand on voit s'accumuler toutes les mesures économiques permettant d'alléger la fiscalité des grands groupes, avec entre autres le CICE sous Hollande, ou la baisse de l'impôt sur les sociétés sous Macron, et dans une autre mesure, la baisse de l'ISF...

**A.W.** : Oui, oui. Mais par rapport à ce qu'il apporte en termes de création d'emplois, je trouve que le luxe n'est pas reconnu à sa juste valeur, notamment en matière de rayonnement culturel. Je cite Ralph Toledano, président de la Fédération

de la mode et de la haute couture, dans mon livre à ce sujet : « Si on célèbre la France à travers le monde, ce n'est pas grâce à Airbus. Mais Dior, Yves Saint Laurent ou Chanel. »

### Pourquoi avoir fait le choix de raconter le luxe par le biais de ses grands capitaines d'industrie, tels qu'Alain-Dominique Perrin de Cartier, Jean-Louis Dumas d'Hermès, ou encore Yves Carcelle de Louis Vuitton ?

**A.W.** : Je voulais combler un manque. Il y a plein de livres sur Bill Gates ou sur Steve Jobs, mais pas sur ces leaders du luxe. Pour le grand public, une maison de luxe se limite à produire et vendre des sacs ou des montres. Mais le luxe, ce sont aussi des agriculteurs, des fermiers, des artisans. C'est tout un écosystème de gens à travers la planète. J'ai voulu parler de cette industrie à travers des personnages qui ont su développer cet écosystème, et pas seulement des créateurs de « mode ». Je désirais raconter à travers Jean-Louis Dumas, par exemple, comment Hermès est devenue ce qu'elle est aujourd'hui. Toutes ces marques ne seraient jamais devenues des empires sans ces hommes. Et il y a une critique implicite dans ce livre, c'est que je mets en lumière la médiocrité des leaders actuels qui manquent de cet humanisme, de cette empathie qu'avaient ces grands hommes. Cela me permet aussi de répondre à la question : un grand leader, qu'est-ce que c'est ? C'est quelqu'un qui vous inspire, que vous avez envie de suivre partout, à qui vous allez donner le meilleur de vous-même. La marque, ça vient ensuite. Forcément, il y a un revers à la médaille : le problème du luxe par rapport aux autres industries est que la marque fait tellement rêver, tant ceux qui l'achètent que