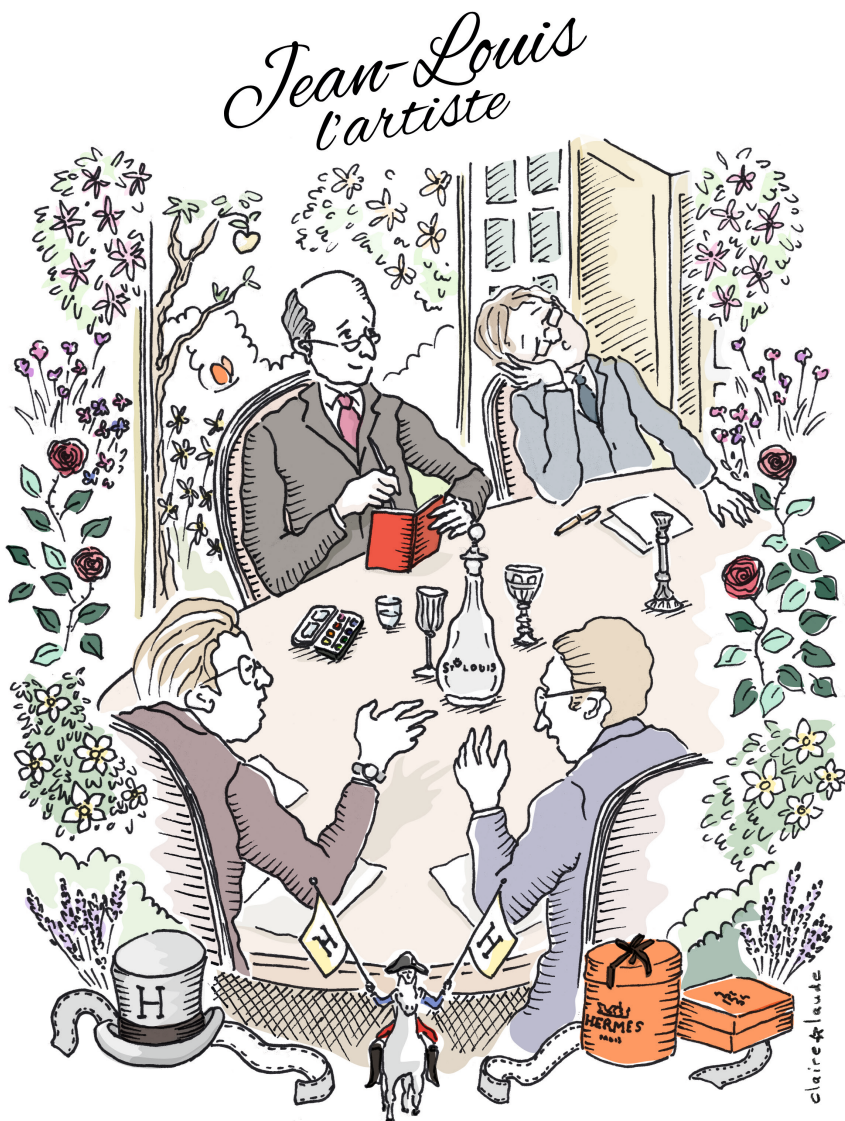




Sans l'image, le luxe n'est rien. Ce qui présente un mauvais côté : le secret à tout prix.



ceux qui travaillent pour elle, que certains leaders se permettent de se comporter comme des chiens avec leurs collaborateurs.

La « part d'ombre » de ces capitaines d'industrie, vous l'évoquez de loin sans rentrer dans le vif. On sent beaucoup d'admiration de votre part envers ces hommes, ce qui est un point critiquable pour un livre « d'enquête »...

A.W. : D'abord, je n'ai pas voulu faire de ce livre un travail à charge. Ensuite, c'est qu'eux n'ont pas de part d'ombre. Enfin... aucun n'est un ange. Mais ce qui m'intéressait, en tant que critique, c'est ce qu'il est advenu des maisons une fois que ces hommes sont partis. Et ce n'est pas reusant. Un homme comme Carcelle, c'était quelqu'un de paternaliste, que ses collaborateurs adoraient. Quand il est parti, ça a été difficile. Je le critique un peu, notamment dans sa manie d'aller au bras-de-fer avec Arnault, ce qui a conduit à son éviction... Mais c'est ça aussi la part d'ombre : du jour au lendemain, comme pour Carcelle ou Toledano, on peut vous mettre à la porte.

Une des grandes dimensions du luxe, c'est évidemment le soin accordé à l'image : quelle influence a eu le secteur sur la manière de communiquer, de marketer sa griffe ?

A.W. : La question fondamentale du luxe est : « Comment faire rêver ? » Apple, par exemple, a emprunté de nombreux leviers de communication au luxe. Apple est un symbole de statut social, ils savent faire mousser l'attente autour d'un produit, il y a un vrai sens du service quand vous allez en boutique... Ce n'est pas une coïncidence si Paul Deneve, qui a été PDG de Lanvin et d'Yves Saint Laurent, est devenu vice-président d'Apple. Il y a de nombreux codes du luxe que d'autres industries s'approprient. Le luxe est une excellente école pour l'image de marque, car sans l'image, le luxe n'est rien. Ce qui présente un mauvais côté : le secret à tout prix. Et une certaine violence quand il s'agit de chercher la perfection à tout prix. *