

# market

LE MEDIA SUISSE DES HIGH NET WORTH INDIVIDUALS

**M&G**  
INVESTMENTS

PATRIMOINE(S)  
BANQUIERS PRIVÉS:  
NOUVELLE GÉNÉRATION

PHILANTHROPIE(S)

VINCENT  
MAUNOURY

GOUVERNANCE

L'IMPORTANCE DU  
PROCÈS-VERBAL

MARCHÉ DE L'ART

LES PARADOXES DU  
MARCHÉ ESPAGNOL

INDEX

LUXE : 12 ACTEURS  
D'INFLUENCE

PHOTOGRAPHIE(S)

DOMENICO FOSCHI

SUPERCAR(S) TEST

DANS L'ASTON  
MARTIN DB11 AVEC  
FERNAND GARCIA

INVITÉ

PHILIP G.  
QUEFFELEC



GÉOPOLITIQUE(S)

LES TRÈS DOUCES HEURES  
DE LA TRANSITION  
PRÉSIDENTIELLE AMÉRICAINE

15 CHF



*LUXE :*

# *12 ACTEURS D'INFLUENCE*

Propos recueillis par AMANDINE SASSO



Elena Budnikova

« Là, tout n'est qu'ordre et beauté, luxe, calme et volupté » écrivait Charles Baudelaire dans son *Invitation au voyage*. Dans ce 19<sup>e</sup> « market influence index », 12 acteurs œuvrant dans ce secteur évoquent avec nous leur vision du luxe. Tous s'accordent à dire que le luxe a évolué : il n'est plus

simplement tangible et ostentatoire, il est devenu immatériel, à l'image d'une expérience unique, exceptionnelle et inoubliable. Enfin, le regard tourné vers l'avenir, ils nous parlent du « Swissness », de cette excellence suisse, qu'il serait important de préserver et d'entretenir.

## Hervé Arnoul

### Designer maquettiste

Diplômé d'une école de design, Meilleur ouvrier de France comme designer maquettiste en 2011, Hervé Arnoul travaille en freelance depuis les années 2000. Son travail se partage entre reconstitution patrimoniale hyperréaliste pour les musées, collectivités, particuliers et mécènes, architecture, créations sculpturales d'univers fantastiques liés au patrimoine et à l'urbanité.



En bref un parcours passionnel et le plus ouvert possible. « Tout est relatif dans un travail artistique. L'influence dépend d'un public. Lorsque cette rencontre a lieu, l'influence est l'émotion qu'elle produit sur lui, pour lui, pour un temps. Ma démarche artistique, mon travail de réalisation, l'utilisation de la maquette volume pour traduire, définir l'idée, le concept, parle au plus grand nombre. Mon travail résonne donc, interpelle, influence. Je recherche à susciter des sentiments positifs tels que l'évasion, la découverte. J'ouvre les portes d'un imaginaire que certains ont oublié dans leur profonde enfance... Une magie, étrange, évanescence, au corps concret. Quelles que soient mes réalisations, qu'elles soient dirigées par un cahier des charges et contraintes, précises ou libres, chaque rencontre est une surprise et une réussite !

Dans un monde qui a la fâcheuse tendance à se banaliser, à globaliser, à standardiser, mon idée du luxe est le sur-mesure pour une pièce unique, dont la réalisation dépend d'un savoir-faire réel de l'artiste artisan ou d'une associa-

soi une « marque » de cette exigence de savoir-faire et savoir-être dans la vie. Au même titre que l'espace sur notre Terre devient un luxe, le temps dans notre société du court-terme l'est également. Mûrir un projet dans l'écoute et la réalisation, dans la maîtrise de l'art, prend du temps !

Mes valeurs ? La volonté pour s'y tenir et surtout y croire

coûte que coûte dans les difficultés, mais aussi la réussite. Fidélité et constance, écoute et empathie, curiosité et optimisme, famille et amitié. Et même si elle n'est pas considérée comme une valeur, j'ai une certaine idée de la transgression, afin d'explorer des voies incertaines, ignorées, surprenantes et... possibles. Et enfin, ne jamais perdre ses rêves ! Des ingrédients miraculeux aux vertus chaque jour éprouvées pour que cette alchimie opère dans ma vie, mon travail, mon interactivité entre clients publics et mécènes.

Dans ma façon d'être et de faire, j'accorde peu d'importance à l'innovation technologique : je reste dans une interaction directe, simple : de l'imagination à la main. Mais je remets systématiquement le savoir-faire en question, afin de créer mon propre chemin par l'expérimentation personnelle. De la sorte il me semble acquérir une certaine sérénité : un problème survient... J'y pallie, j'améliore et je ne m'épuise pas dans une course systématique à l'innovation : mon travail est déjà dans un imaginaire rigoureux !

Je suis loin d'avoir une expertise sur l'industrie et l'économie, mais voici un ressenti, un espoir : j'espère que la Suisse ne sacrifiera pas son savoir-faire du luxe pour le profit immédiat et colossal de la standardisation, comme on le constate trop souvent en France avec des grands groupes qui cumulent et concentrent créateurs et ateliers. Le luxe, c'est une exigence de qualité, d'inventivité, de savoirs, d'artistes-artisans et pas uniquement du marketing et du paraître. Le luxe, c'est un savoir-être : toute une éducation à transmettre. » \

## LE LUXE, C'EST UN SAVOIR-ÊTRE

tion de cultures et talents. Un travail voué exclusivement aux désirs ou au plaisir émotionnel d'un client. Pas de marque pour moi donc : une personne, un imaginaire, une écoute, et l'excellence dans le travail. Mon titre de Meilleur ouvrier de France designer-maquettiste est en