

market

LE MEDIA SUISSE DES HIGH NET WORTH INDIVIDUALS

M&G
INVESTMENTS

PATRIMOINE(S)

BANQUIERS PRIVÉS:
NOUVELLE GÉNÉRATION

PHILANTHROPIE(S)

VINCENT
MAUNOURY

GOVERNANCE

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^e « 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.

Enzo Lo Bue

Directeur des ventes des agences John Taylor Genève et Megève

Enzo Lo Bue est bien connu des Romands pour avoir cofondé dans les années 90, une radio genevoise et une radio vaudoise dont il a eu la direction pendant plus de 10 ans. Il est aussi connu pour son émission de télévision «Cash», diffusée depuis plus de 8 ans sur la RTS. L'une de ses activités moins connues du public est l'immobilier, domaine dans lequel il est actif depuis 2009. Enzo Lo Bue est directeur des agences John Taylor de Megève et de Genève (réseau international d'immobilier d'exception). « D'une manière générale, lorsque nous sommes détenteurs d'informations dont les autres ont besoin pour avancer, pour atteindre leurs objectifs, nous avons de l'influence. Au quotidien je me tiens informé de l'environnement de mes clients et je glane également le maximum d'informations sur nos objets en vente. Ainsi je peux aiguiller et influencer nos clients dans leur choix stratégique d'investissement, que ce soit l'emplacement, le budget ou même le bien en général. L'information est la clé!



Le luxe est difficilement définissable, il dépend de la perception de chacun. Dans notre domaine, l'immobilier, il est cependant plus visible. Il est associé au lieu, à la grandeur, aux matériaux utilisés, à la personnalité du maître d'œuvre, ainsi qu'au style de vie que peut offrir une propriété. Il peut également être associé à la notion de service sur-mesure, des services de conciergerie très haut de gamme par exemple.

Par son origine et son histoire, la marque John Taylor s'est toujours inscrite dans le domaine du luxe. Sa présence importante sur la Côte d'Azur, mais aussi dans les stations de ski telles que Courchevel, Megève ou Gstaad, ainsi que dans des villes importantes pour leur économie ou leur culture, telles que Londres, Paris, Doha et Genève, en font une marque incontournable pour celles et ceux qui ont le pouvoir du luxe. Que vous souhaitiez passer vos week-ends à Monaco à l'occasion du Grand Prix ou à Cannes lors du Festival du film, faire une escapade en ville, vous détendre à la montagne ou en bord de mer, ou encore trouver un lieu de résidence à long terme, John

Taylor est la promesse d'un service client tout à fait unique pour vous offrir un séjour placé sous le signe de la magie et du luxe. Les valeurs familiales qui sont les plus importantes à mes yeux : respect, engagement, écoute, partage, éducation... Toutes ces valeurs sont présentes au sein de notre manière de travailler. Lorsque nous entamons une relation avec un client, vendeur ou acquéreur, durant la période de négociation, c'est un peu comme si nous faisons partie de sa famille. Il partage avec nous des informations de sa sphère privée. Ce rapport de confiance de part et d'autre est important pour le succès d'une transaction. John Taylor sait parfaitement que l'achat ou la vente d'un bien immobilier va bien au-delà d'une simple transaction. Possédant les outils les plus innovants en matière de gestion, de communication et de marketing, nos experts définissent les objectifs de nos clients en anticipant leurs besoins, en leur fournissant ainsi de précieuses informations, en faisant preuve de

LA SUISSE A TOUJOURS ÉTÉ
UN ÉCRIN POUR LE LUXE.
C'EST UN PAYS DE CONFIANCE,
DE SAVOIR, DE DÉVELOPPEMENT
ET D'INNOVATION

compréhension et en les soutenant lors de chacune de leurs transactions d'acquisition ou de vente. Je peux citer par exemple les visites virtuelles permettant à un client basé à Genève de visiter un chalet à Megève ou une propriété à Saint-Tropez, sans se déplacer.

La Suisse a toujours été un écrin pour le luxe. C'est un pays de confiance, de savoir, de développement et d'innovation. En grande partie grâce à ses marques horlogères, ses banques et ses écoles de hautes études, de renommée internationale. Si le luxe était un oiseau, alors la Suisse en serait le nid! L'industrie du luxe va donc continuer à se développer dans notre pays car le luxe aime et attire le luxe.» \