

Date: 30.04.2016



Focus PME  
1001 Lausanne  
021 695 95 95

Genre de média: Médias imprimés  
Type de média: Presse spécialisée  
Tirage: 27'000  
Parution: 8x/année

N° de thème: 844.003  
N° d'abonnement: 844003  
Page: 49  
Surface: 116'340 mm<sup>2</sup>



VICTORIA FOCKERING\_02



Fabio Bonavita a mené l'enquête pendant deux ans pour répondre à une question: « Qui a tué le luxe ? » Son livre dépeint une industrie stimulée par le profit et la rentabilité à court terme. PROPOS RECUEILLIS PAR MONICA D'ANDREA

**W**here else?»: Brasserie du Palace, en un jour plus vieux parmi d'autres à Lausanne, pour une interview avec ce journaliste économique, essayiste, animateur de télévision et indépendant (rien de moins!) afin de parler de son livre régulièrement en rupture de stock depuis plus d'un mois chez Payot. A la façon d'un Cluedo, Fabio Bonavita se reporte au bon goût pour éveiller les consciences face à l'esbroufe et à la responsabilité des grands groupes internationaux.

#### FOCUS PME Comment est née l'idée de cet ouvrage et à qui s'adresse-t-il?

FABIO BONAVITA Le travail s'est construit au fil du temps, en fonction des interviews que j'ai pu mener et grâce aux rencontres avec les grands chefs, les horlogers ou les directeurs d'hôtels, qui ont fait naître des discussions en aparté. A partir de là, un fil rouge s'est développé et a abouti à une critique générale sur l'industrie du luxe.

#### Dénoncez-vous les stratégies marketing des grands groupes du luxe?

Je me suis rendu compte que rien

n'avait été publié sur le sujet auparavant et j'ai souhaité rendre accessible une certaine approche de cet univers. Il s'agit aussi d'un travail sociologique. Les acteurs globaux ont tendance à dénaturer l'artisanat au profit des étiquettes, du marketing, en nuisant à l'univers du luxe. Le véritable savoir-faire et, de manière générale, la connaissance de l'origine des produits sont lésés face à l'omniprésence de quantité d'objets qui ne font désormais plus rêver tant ils sont médiatisés.

#### Quelles sont les armes du crime en question?

Comme je l'explique dans le livre, les trois «D» sont «coupables» d'avoir tué le luxe: la démocratisation des objets, la délocalisation de la production et la diversification de l'offre. Les grands groupes sont clairement stimulés par le profit et la rentabilité à court terme. Ils mentent ouvertement aux consommateurs en leur jetant de la poudre aux yeux: le produit authentique n'existe plus, il est fabriqué à l'étranger et repasse par l'Italie ou la France juste pour en recevoir le label «made in». C'est le crime parfait: Kering, Richemont ou encore LVMH consolident leur image en jouant la montre et en cumulant des bénéfices

sur le dos des gens.

#### Comment expliquez-vous le phénomène de massification du luxe? Y a-t-il des rescapés?

La Toile n'est pas étrangère à ce phénomène. On achète plus vite et on se confine au luxe matériel, alors que le luxe devrait plutôt résider dans la culture, les petites adresses confidentielles et les émotions. Ceux que j'appelle les rescapés sont les domaines qui ont trait à l'art de la table, aux voyages... en somme, au luxe d'expérience justement, qui provoque un ressenti et qui vaut bien plus qu'un sac de marque.

#### Les PME peuvent-elles rivaliser face à ces groupes internationaux?

Les modes font que l'on revient à l'artisanat. Les entreprises démarrent toutes en tant que PME, pour ensuite grandir. Rappelons que les sous-traitants des maisons horlogères comme MB&F ont justement été mis en avant pour promouvoir une manufacture séculaire. Si le consommateur s'attelle à être au lieu de paraître en apprenant à dénicher des trésors, tout en recherchant l'authenticité, il est possible de rester optimiste. Ce qui est fait avec passion saura éveiller en chacun un nouveau sens du luxe. ●

#### QUI A TUÉ LE LUXE ?

Le livre de Fabio Bonavita, *Qui a tué le luxe? La face cachée d'un univers opaque*, est disponible aux Editions Slatkine. 144 pages. Prix: 22 fr. [www.slatkine.com](http://www.slatkine.com)

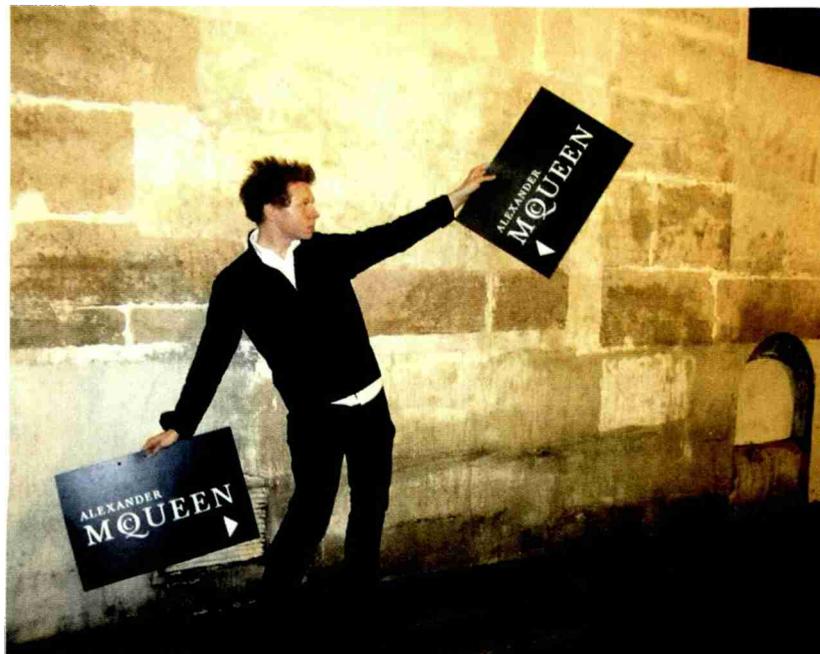
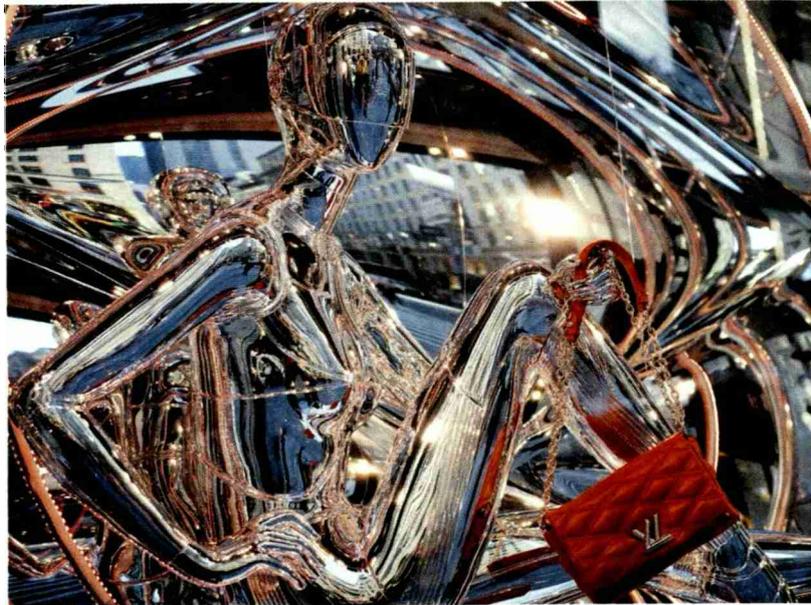
Date: 30.04.2016



Focus PME  
1001 Lausanne  
021 695 95 95

Genre de média: Médias imprimés  
Type de média: Presse spécialisée  
Tirage: 27'000  
Parution: 8x/année

N° de thème: 844.003  
N° d'abonnement: 844003  
Page: 49  
Surface: 116'340 mm<sup>2</sup>



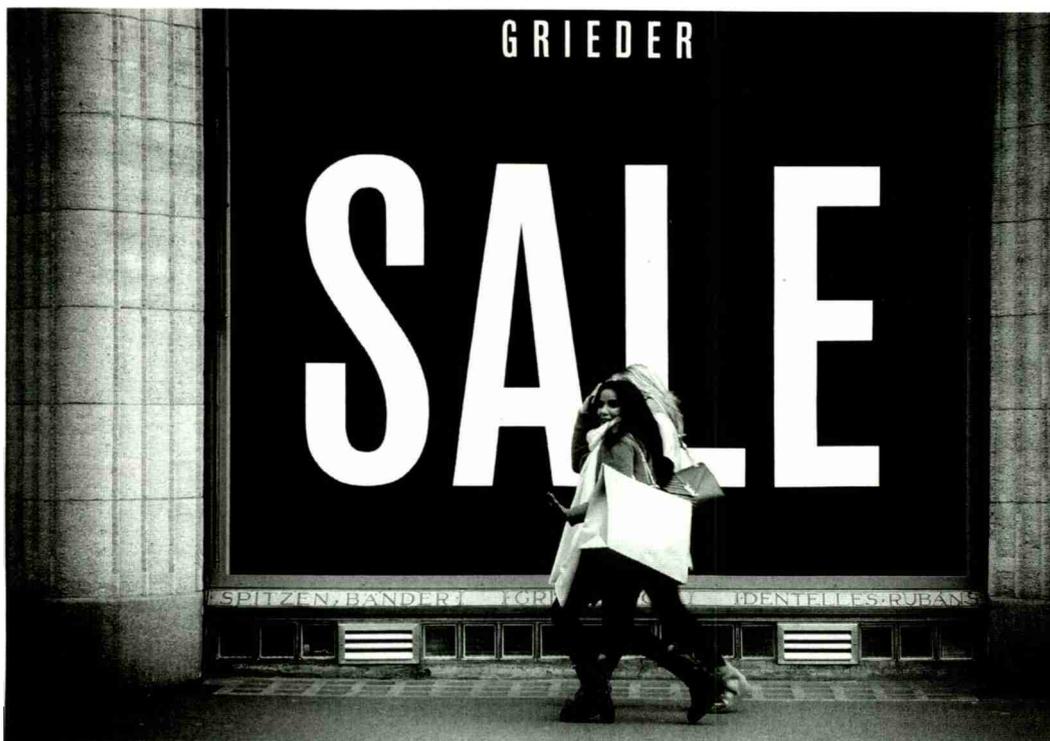
Date: 30.04.2016



Focus PME  
1001 Lausanne  
021 695 95 95

Genre de média: Médias imprimés  
Type de média: Presse spécialisée  
Tirage: 27'000  
Parution: 8x/année

N° de thème: 844.003  
N° d'abonnement: 844003  
Page: 49  
Surface: 116'340 mm<sup>2</sup>



### Biographie

Né en 1979, Fabio Bonavita a fait ses études à l'Université de Lausanne. Après avoir obtenu son master ès lettres, il suit l'enseignement du Centre romand de formation des journalistes (CRFJ) à Lausanne et devient journaliste RP. Actuellement rédacteur en chef du magazine politique *Affaires Publiques* et de l'émission économique *3D ECO* sur la chaîne de télévision genevoise Léman Bleu, il collabore régulièrement avec des publications romandes reconnues, comme le magazine *OPEN* et la plateforme de journalisme en ligne *Sept.info*.