

Bénédicte Épinay
Déléguée générale et CEO du Comité Colbert

L'unique, le luxe et la planète

Le luxe vit sur un paradoxe : celui de produire en petites quantités des objets rares et exceptionnels à destination d'une clientèle avide de nouveautés, d'abondance et parfois d'opulence. La finitude des ressources planétaires est-elle un danger pour cette équation?

Illustration Kate Copeland pour *Geste/s*

Le luxe s'opposant par essence au banal et à l'ordinaire, il est naturel qu'on l'associe à la rareté. Mais rare n'a pas toujours signifié exceptionnel. Aujourd'hui, *Le Petit Robert* distingue dans le mot rare trois explications étroitement liées. Toutes font sens au regard du luxe. Il est en effet question de quantité et de fréquence – qui se produit ou se rencontre peu souvent – et de qualité – qui sort de l'ordinaire, remarquable. Dans un document du Comité Colbert daté de 2008 préfacé par l'écrivain Régis Debray, le linguiste Alain Rey nous explique que l'origine du mot rare évoque pourtant un autre chemin, plus inattendu. *"Car en latin rarus, le mot a d'abord qualifié ce qui est séparé, éloigné, disséminé, clairsemé."* La langue évolue ensuite du séparé au peu fréquent puis à l'exceptionnel. *"Ce qui échappe à la répétition, écrit-il, devient dès lors par essence remarquable."* Dans la foulée, la langue française a elle aussi évolué. *"Si pendant longtemps, la rareté a été associée au petit nombre, poursuit Alain Rey, il faut attendre la Renaissance et le développement du goût pour les belles choses, pour que le rare devienne précieux, recherché."* C'est en effet l'époque de la floraison des cabinets de curiosités chez les grands seigneurs curieux du XVI^e siècle dans lesquels on trouve ce qu'il est coutume d'appeler alors des raretés naturelles,



Bénédicte Épinay.

objets étranges et exotiques créés par l'Homme ou issus de la nature tels que les minéraux, les plantes ou les animaux naturalisés, rapportés de voyages lointains. *"Non que le luxe n'existât pas à l'époque, poursuit Alain Rey, mais les ressources augmentant et l'art se généralisant, l'antiquité retrouvée faisant également rêver par ses excès, l'idée de rareté a fini par qualifier ce qui est difficile à atteindre. Ce qui révèle un caractère du luxe désormais bien établi : il ne doit pas être facile, abondant, quotidien ou répétitif mais exigeant, exceptionnel, valorisé par une attente."* C'est ainsi que pour la plupart des maisons de luxe, la demande doit être supérieure à l'offre

pour créer cet effet de rareté. On enseigne cette équation gagnante dans les écoles de management. Mais avec la multiplication des points de vente aux quatre coins de la planète, comment dès lors gérer cette rareté ? Car avec la mondialisation, le luxe séduit une clientèle toujours plus nombreuse, désireuse, elle aussi, de participer au banquet. Beaucoup de maisons de luxe ont opté pour la mise en place de séries limitées porteuses d'exclusivité. La personnalisation est une autre manière de remettre la rareté à l'honneur. Mais un nouveau chapitre s'ouvre avec la finitude des ressources planétaires. Car la rareté va devenir une contrainte. Et le danger concerne l'ensemble de la biodiversité. L'enjeu n'est pas seulement local mais bien mondial. Et le secteur du luxe n'y échappe pas. Heureusement, comme toujours, les crises sont mères de réinvention, et les maisons de luxe, habituées de cet exercice de créativité renouvelée – des collections de mode aux millésimes de vins – ont tôt fait de lier la pédagogie de la rareté au progrès. Pas un laboratoire d'une maison de luxe qui ne travaille discrètement sur les matières ou les cultures de demain. Et adapte en conséquence les gestes de ses artisans. En attendant, la sécurisation des approvisionnements et l'accès aux ressources sont devenus clés. La rareté est à ce prix.