

Introduction

France, mère du luxe. Ce n'est pas par chauvinisme que nous parodions ce vers de Joachim du Bellay : « *France, mère des arts, des armes et des lois.* » Le but de cet ouvrage est de montrer qu'il y a de réelles affinités entre les Français et le luxe. Nous savons que chaque nationalité a son génie propre. Si, par exemple, les Allemands excellent dans la minutie industrielle, les Anglais dans la courtoisie et l'humour, les Italiens dans la fantaisie, les Américains dans l'ouverture aux autres, les Japonais dans l'imitation et l'ardeur au travail, qu'est-ce qui a fait que nous, Français, soyons les champions incontestables du luxe ? Malgré une certaine érosion de nos parts luxueuses de marché depuis cinquante ans, sur laquelle nous reviendrons dans le dernier chapitre de cet ouvrage, le luxe est un domaine où l'on nous écoute, nous copie et où l'on ne remet pas en cause nos talents. Quatre grands pays européens auraient pu acquérir la même légitimité : l'Angleterre, l'Allemagne, l'Italie et l'Espagne. Deux pays essaient de nous ravir aujourd'hui la coupe du monde du luxe ; les États-Unis – et ils en ont les moyens – et le Japon qui se contente d'en être le plus grand client. Quant aux BRIC (Brésil, Russie, Inde, Chine) ils vont faire parler d'eux. C'est cette épopée du luxe français, des origines à nos jours, que nous allons décrire.

*

* *

Dès que les premiers hommes s'établirent sur terre, et au fur et à mesure qu'ils s'éloignaient de la condition animale pour acquérir une conscience, ils découvrirent qu'ils ne devaient pas seulement vivre de nourriture et assurer leur protection. Ils aspirèrent à ce grand supplément de vie que l'on appelle le rêve, ce rêve dont les psychologues ont découvert, depuis, que sa suppression, pendant le sommeil, entraîne la mort. Ce rêve prit plusieurs formes :

- ce fut d'abord l'aspiration vers une protection supérieure qui rassure et transcende la vie. Les hommes l'appelèrent Dieu. Toutes les civilisations ont eu leur forme de religion ou de croyances ;
- ce fut ensuite un besoin de s'exprimer par l'art, la communication et la culture. Nous en avons de multiples traces depuis les peintures jusqu'aux formes sculptées des cavernes ;
- Puis, ce fut un désir de se singulariser des autres par des ornements, de laisser une trace par des monuments, ou bien de séduire, d'offrir ou d'acquérir des objets rares, enfin de mieux profiter de la vie en améliorant son confort et sa nourriture. Voilà le luxe. Ces multiples manières d'oublier le quotidien ont correspondu à des aspirations diffuses et mystérieuses que nous analyserons et que l'on appelle le « désir du luxe ».

Moins noble et moins exaltant que les deux premières aspirations – celle de la religion et de l'art –, le luxe n'en demeure pas moins une composante maintenant incontournable de l'existence. Il ne correspond pas à une définition unique car il est très subjectif, variable dans le temps et dans l'espace. Chacun a sa définition du luxe : pour certains c'est le travail, pour d'autres le repos. Cela peut être le temps, l'espace, mais aussi le goût, le raffinement et quelquefois la débauche de l'excès. Le luxe est immatériel bien que souvent relié à un support matériel. Mais c'est plutôt l'idée

que chacun se fait de lui, qui rend le luxe si attirant et si aimable et en définitive subjectif. Il est le plus souvent rattaché à nos cinq sens : le goût, l'ouïe, l'odorat, la vue et enfin le toucher avec sa connotation sensuelle. Il est lié aux trois libidos que Pascal a si bien définies dans ses pensées :

- *dominandi*, celle du pouvoir et de la domination ;
- *capiendi*, celle de l'appréhension des objets pour soi ou pour les autres ;
- *sentienti*, celle des sens (déjà cités) et de la sensualité.

Né avec l'homme, le luxe – notion qu'il a perçue récemment, en tout cas dans ses différentes acceptions – ne l'a jamais laissé indifférent. Et il porte avec lui son cortège d'amour et de haine, ce qui fait qu'au fil des siècles, et notamment depuis les Grecs et les Romains, il y a toujours eu deux écoles de pensée : celle qui l'abhorrait et cherchait à le faire disparaître, celle qui en faisait un des moteurs salutaires de l'activité humaine. Les deux écoles philosophiques ont cohabité, ce qui fait que le luxe porte en lui une forme de culpabilité comme une sorte de péché originel. N'est-ce pas d'ailleurs au nom du « luxe de la connaissance » qu'Ève a tendu la pomme à Adam ? Si cette légende est vraie...

Voilà pourquoi parler du luxe n'est pas toujours gratifiant. Pourtant, et c'est ce que nous allons montrer dans cet ouvrage, il a toujours été lié aux civilisations et la France en est la mère et la championne. C'est cette histoire du luxe français que vous allez découvrir ; vous verrez qu'elle est pleine de rebondissements.

On peut appliquer au luxe la définition que Malraux donnait du cinéma : art et industrie. Et nous verrons que ces deux domaines ont beaucoup d'affinités. C'est sûrement pour cette raison que le luxe a trouvé en France sa patrie et sa terre d'élection.