

L'ESSENTIEL DE L'OPTIQUE

L'INFORMATION QUI DONNE DU SENS ■ N°196 / DÉCEMBRE 2017 ■ WWW.ESENTIEL-OPTIQUE.COM



EYECARE

LE NOUVEL ACTEUR VERRE EUROPÉEN

Focus your vision | Ajustez votre vision | Sehen im Fokus

The Leica trademarks are used by Novacel Ophtalmique SAS under license from Leica Camera AG.

■ CULTURE
LUNETTES

36


Le luxe
et ses **élégances** :
une culture
du **désir**

◆ Komono

Le luxe est indissociable de l'élégance et de la rareté. Tape-à-l'œil il sombre dans la vulgarité. Trop ostentatoire il est inconvenant. Il ne se décrète pas : il se constate. S'il est parfois hors de prix c'est qu'au fond il ne s'achète pas. Dans un monde où tout change, y compris le changement lui-même, devenu plus rapide, confus, multidirectionnel, le luxe suspend le temps : il est une secrète invite à passer dans la dimension de l'intemporel.

De l'aisance, de la grâce, de la distinction : tels sont les codes de l'élégance. Une récente étude Zalando vient de montrer que Paris, en dépit de ses problèmes de propreté, de transports urbains, restait première au classement prestigieux des villes les plus élégantes du monde. Saisissons-nous de l'information comme d'une bonne nouvelle.

Dès qu'il s'agit de luxe, on le voit, la *French Touch* demeure le référent mondial. C'est que la France a apporté en ce domaine sa lecture à nulle autre pareille. Le luxe peut être impertinent, le luxe peut surgir du di-



TOP 10 DES VILLES les plus élégantes :

- 1 - Paris
- 2 - Londres
- 3 - Vienne
- 4 - Venise
- 5 - Florence
- 6 - Barcelone
- 7 - New York
- 8 - Bordeaux
- 9 - Milan
- 10 - Rome

D'après l'étude Zalando, octobre 2017

vers et du différent, le luxe n'est pas attaché à l'objet mais à « l'art de vivre ».

La Marque France est un label, une assurance en soi que les produits sont nés dans cette tradition, dans cet esprit d'élégance qui ne s'invente pas mais s'acquiert au contraire au fil du

temps, au sein d'un processus culturel lent et puissant.

Parce que Paris est la ville au monde qui comprend le mieux les élégances, le luxe « made by France » possède un rayonnement qui lui aussi relève de l'intemporel. Avec leur extraordinaire palette, les lunetiers de France sont les gardiens et les dépositaires de ce supplément d'âme. La diversité de leur offre permet d'occuper ce territoire sacré du luxe où le client n'est plus un simple consommateur, où il vient sans besoin mais avec ses désirs.

Or, dans ces débats sur les paniers de soin et des restes à charge zéro, dans ses fausses éloquences commerciales pour vrais produits subventionnés, le luxe est là pour nous indiquer l'issue : dépasser les besoins pour créer du désir. ■



+ François Pinton Paris



+ **Meyrowitz** présente à l'hôtel Ritz Paris deux lunettes de la marque **Alexanian**, dignes de la haute-joaillerie. Ici, le modèle *Disco* en or massif gris 18 carats, diamants 3,48 carats sur les branches et plaquettes de nez. Design original par son dégradé de 10 coupelles serties de diamants de chaque côté des lunettes.