

Zeitschrift: Revue économique Suisse en France
Herausgeber: Chambre de commerce suisse en France
Band: 78 (1998)
Heft: 3: Le Luxe : philosophie, économie, plaisir ...

Artikel: La Suisse et le luxe
Autor: Goetschin, Pierre
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-889398>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 02.04.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

La Suisse et

le luxe



Christofle - Collection "Baldie" pour le bureau. © Christofle.

Pierre Goetschin

Professeur honoraire, Université de Lausanne et IMD International - Institute for Management Development

La Suisse n'a pas inventé le luxe, mais elle a su, au fil des siècles, s'en approprier quelques aspects

Jaquet-Droz - Montre-bracelet conçue en hommage à l'esprit du fondateur de la Manufacture, Pierre-Jaquet Droz (1721-1795). © Jaquet-Droz

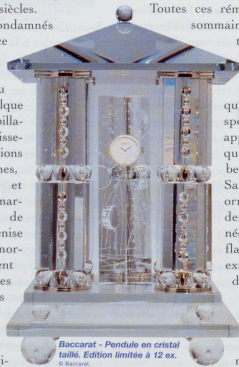


Dès son origine et aujourd'hui encore, l'Helvétie, ainsi nommée par les Romains, a été dotée d'un relief constitué surtout de bosses élevées et de creux profonds, nombre de ses habitants vivant en diagonale sur des versants peu productifs. Certes, des fleuves s'en échappaient qui se mélangaient à des océans au Nord et au Sud, mais aucune côte maritime n'incitait à des aventures vers des civilisations de vastes plaines, où les sciences et les arts avaient pris naissance depuis des siècles.

Bien que condamnés en toute apparence à une survie plutôt miséreuse, les habitants du lieu tirèrent quelque parti, malgré le pillage et les asservissements, des invasions romaines, allemandes, burgondes et franques. Des marchands, venant de Gênes ou de Venise ou des villes nordiques, apportèrent en traversant les cols alpins, des idées et des produits nouveaux. La pauvreté, favorisant le servi-

ce des mercenaires, fit que ces derniers, quand ils ne rentraient pas handicapés, introduisirent des savoir-faire et répandirent le récit des fastes auxquels se livraient leurs employeurs titrés et opulents. Des violences politiques orchestrées ailleurs, telles que la révocation de l'Edit de Nantes ou la Révolution française, firent affluer en Helvétie des gens de haute culture, des artisans renommés et des créateurs d'entreprise qui rencontrèrent sur place un peuple dédié au travail méticuleux et dont l'ingéniosité avait été stimulée par la dureté des temps.

Toutes ces réminiscences bien sommaires pour ponctuer le fait que la Suisse n'a pas inventé le luxe, mais qu'elle a su, en se spécialisant, s'en approprier quelques aspects. De belles broderies de Saint-Gall ont orné les parures des dames bien nées, des colorants flamboyants et exclusifs fabriqués dans la région de Bâle ont donné de l'éclat à la haute couture. L'art des mélanges d'in-



Baccarat - Pendule en cristal taillé. Édition limitée à 12 ex. © Baccarat



La Peugeot V6 Crystal. Prototype réalisé par Franco Sbarro. La principale caractéristique de ce modèle est son toit rétractable qui le métamorphose en roadster. © Franco Sbarro



Une autre réalisation de Franco Sbarro : l'Oxalis. © Franco Sbarro - Photo: Sbarro



La rareté des ressources naturelles oblige à une spécialisation poussée des productions

grédients naturels ou synthétiques a conduit, à Genève, à l'élaboration de subtiles fragrances que l'on retrouve dans les meilleurs parfums du monde entier. Dans les montagnes du Jura, où on avait le temps de maîtriser le temps, l'horlogerie fine, comme celle

de masse d'ailleurs, a conquis des parts de marché qui étonnent encore. Dans la foulée du Valaisan César Ritz, dont l'œuvre principale est toujours à Paris, plusieurs hôtels de luxe furent érigés sur des sites touristiques, souvent avec une architecture s'inspirant quelque peu des châteaux de la Renaissance.

Ainsi se révèle le paradoxe : la Suisse n'a pas inventé le luxe, mais elle s'est insérée lentement dans son champ, par le travail, par la précision et par l'économie qui imposait la rareté de ses ressources, comme aussi par un sens assez prononcé de la beauté manifestée dans ses constructions rurales, citadines et, finalement, par sa capacité à s'inspirer d'idées venues d'ailleurs. A cause des contraintes de ses dimensions géographiques et démographiques, elle a dû se spécialiser dans la production de biens et de services spécifiques. Cependant, en raison de la hausse de son standard de vie, elle est aussi

devenue un important consommateur de luxe, y compris sous la forme de nombreuses et riches collections d'art, privées et publiques, qui témoignent de goûts raffinés. Si des entreprises artisanales ont connu une renommée dépassant les frontières pour des productions de haute qualité et exclusives, comme parmi d'autres les rubans, les chaussures, les porcelaines et même les voitures (Pic Pic, Martini), il faut bien constater que les ingéniosités locales se sont plutôt portées sur le développement de secteurs industriels avancés, tels que les machines, la chimie, l'électricité, les transports, l'alimentation et, dans le secteur des services, les assurances et les banques (les banques « privées » faisant partie du haut de gamme).

En fait, c'est dans l'industrie horlogère que s'inscrit le plus clairement un segment d'activités que l'on peut qualifier de luxe, même si ses représentants préfèrent substituer à ce mot, chargé parfois d'une connotation négative, plutôt les termes de haute horlogerie ou d'horlogerie fine. S'il est vrai qu'une partie importante en volume de l'horlogerie helvétique est orientée vers la consommation de masse (Swatch par exemple), les grandes marques de prestige ont su combiner une tradition artisanale avec des méthodes modernes de production, de manière à réaliser une forte valeur ajoutée.

Identifier les « maisons » qui constituent le segment du luxe est chose relativement aisée, cela l'est

De la difficulté d'une approche chiffrée

moins quand il s'agit de présenter une synthèse quantitative de ce segment. Les statistiques officielles ne rendent pas compte d'une catégorie luxe et les entreprises ne fournissent guère de données détaillées et normalisées sur ce plan. Certaines informations ne sont publiées qu'au compte-gouttes ou pas du tout.

Les résultats annuels peuvent varier assez fortement, l'horlogerie - même de haut de gamme - étant sensible aux évolutions conjoncturelles dans les pays importateurs.

Ceci dit, ces entreprises illustrent parfaitement les principales propriétés que l'on attribue au luxe : beauté, rêve, grâce, harmonie, distinction, séduction, sensualité, plaisir, exclusivité, authenticité et naturellement la valeur qui incorpore la méticulosité du travail de conception

Les grandes marques de prestige ont su combiner une tradition artisanale avec des méthodes modernes de production

et de production, l'émotion artistique, sans oublier les performances techniques et scientifiques qui conditionnent la fiabilité et la miniaturisation.

Si l'Italie et la France ont pu, grâce à leur localisation sur la carte du monde et à leur génie propre, contribuer si intensément à la civilisation occidentale, il n'est pas surprenant qu'elles aient aussi joué un rôle dominant dans le luxe.

Bien que beaucoup plus modeste, la Suisse a pu apporter une réponse au paradoxe qui confronte d'une part les faiblesses d'une puissance limitée à, d'autre part, par volonté et par chance, un niveau élevé de culture auquel on peu associer le luxe.