

## DIALOGUE AVEC KARINE SAFA

Compte-rendu du 48ème Entretien du Cercle du luxe, 8 décembre 2022



**Karine Safa**, *philosophe spécialisée dans la Renaissance*, met en lumière dans son travail cette idée que la Renaissance *ce n'est pas le passé*, mais qu'elle s'applique à toutes les périodes de l'histoire.

C'est une aptitude à se tenir debout, à traverser les tempêtes et à s'adapter. Quand l'Homme est acculé, qu'il a une impression de point de non-retour, il finit toujours par trouver **des solutions**.

D'après Gilles Deleuze "On est entouré de gens qui sont dignes de l'évènement". Être digne de l'évènement ce n'est pas surenchérir en matière de pessimisme et se dire que l'on vit des catastrophes, que c'est la fin du Monde. Au contraire, c'est agir malgré les difficultés, c'est créer des îlots d'émergence et c'est ce qu'on voit très bien aujourd'hui, précise-t-elle.

Cependant, **Karine Safa** énonce, avec un recul philosophique et historique, que **le luxe a toujours fait débat**, depuis la nuit des temps.

Déjà du temps de la République de Platon. On a le personnage de Socrate qui va mettre en avant un mode de vie sobre, ascétique alors que son interlocuteur Glaucon au contraire, plaide pour une vie de plaisir, de raffinement et de confort.

Il y a eu aussi la polémique entre Voltaire et Rousseau. Ce dernier avait des mots très durs envers le luxe, en l'accusant de pervertir les intelligences, voire en le désignant comme un facteur de corruption politique. Voltaire, quant à lui, va faire l'apologie du commerce et de la consommation, parce que cela permet justement aux nations d'être partenaires plutôt que de se faire la guerre. Il a décrit les commerçants du luxe comme les nouveaux chevaliers des temps modernes.

La conclusion qu'elle tire de cela est qu'au vu de la complexité de notre monde, on ne va pas devoir choisir entre l'un ou l'autre, l'un contre l'autre. Mais **concilier ces différents points de vue**, cet objectif de croissance, de développement avec la sobriété et la durabilité. En voici toute la difficulté avec laquelle nous devons agir.

La crise sanitaire a été le produit d'une prise de conscience planétaire, collective et individuelle de tous nos excès et la philosophe remarque que plus rien ne sera comme avant. **Le secteur du luxe est à l'avant-poste de ces problématiques** en matière de mobilité, consommation, production et surproduction. De fait, ce secteur est en ébullition, en train de chercher sa place dans le monde d'après, en essayant de répondre aux attentes énormes des consommateurs qui réclament toujours plus de projets vertueux, d'engagements, de transparence.

Elle rajoute que le secteur du luxe apporte **une vision du monde**, un imaginaire propre. Il a une puissance symbolique, avec ses idées très fortes de tradition et de transmission. On acquiert des objets dont on espère qu'ils vont durer et que l'on transmet de génération en génération.

C'est une idée très forte de **pérennité que représente le luxe**, alors qu'on vit dans un monde où tout s'accélère. Il nous apporte des repères dans un monde d'instabilité et d'incertitude qui nous semble chaotique. Les objets provenant du luxe apaisent, ils rassurent, ils calment des angoisses quasi existentielles et métaphysiques.

Et puis, ce n'est pas un secteur comme les autres, poursuit-elle. Il a une identité très forte. Il porte cette exigence de quête de beauté, de raffinement et de sens. En ce fait, on peut considérer que le luxe peut être à l'avant-garde de la transformation écologique et sociétale. Donc, **le luxe a une mission aujourd'hui**.

**Karine Safa** répond à la question de la notion d'exemplarité du luxe sur les autres secteurs en nous disant que l'entreprise du XXIème siècle a **un rôle proprement politique** à jouer et est inséparable de l'intérêt commun.

C'est d'ailleurs porteur d'avenir que de plus en plus d'entreprises aujourd'hui se penchent sur **leur raison d'être**. La raison d'être est un principe juridique, mais c'est aussi une magnifique notion philosophique car elle porte la question du sens.

La philosophe est en ce sens persuadée que les penseurs de la Renaissance peuvent nous apporter des repères pour comprendre le Monde dans lequel nous vivons. Montaigne nous dirait que la crise écologique que nous vivons aujourd'hui est due **au déracinement**, le rapport de l'Homme à la Terre. Dans ses essais, Montaigne nous parle de la Terre de son enfance dont il dit qu'elle est noble.

Qu'est-ce qu'une Terre noble pour Montaigne ? C'est une Terre qui a de l'histoire, des traditions. En ce sens, on peut considérer que **les vieilles marques de luxe sont nobles**.

Concernant l'exemplarité du luxe, et comme le dit l'expression française "noblesse oblige", la noblesse nous oblige à une forme de **ménagement**, magnifique terme qui vient de la Renaissance, affirme-t-elle.

Le management qu'on utilise aujourd'hui vient de ce terme de ménagement qui vient lui-même du terme ménager. Il s'agit de ménager la Terre, de la servir, d'en prendre soin. Il faudrait retrouver **ce sens du ménagement et de l'enracinement à la Terre** pour répondre à notre crise écologique. Renouer avec ce type de réflexion

est utile lorsqu'on se préoccupe de questions RSE.

De manière plus générale, au-delà de Montaigne nous dit **Karine Safa**, ce que l'on retrouve à la Renaissance c'est une forme **de sobriété salubre**, une forme de retenue de la puissance qui ne peut que nous inspirer aujourd'hui.

Un grand prince de l'humanisme, Pic de la Mirandole, nous dit que si Dieu a créé l'Homme, c'est parce qu'il a eu besoin de lui **pour enchanter le monde**, pour lui donner tout son sens. C'est une très jolie manière de nous rappeler la responsabilité de l'Homme au monde, alors que nous traversons une crise écologique majeure.

D'un point de vue contrainte, la RSE oblige les entreprises à revoir leur modèle économique, rappelle la philosophe. Mais en même temps, ces contraintes peuvent être **une opportunité de réinvention**, un laboratoire d'innovation et de créativité.

Si on revient à la Renaissance, on a tendance à penser que les artistes étaient complètement libres à l'époque, mais pas du tout. Ils étaient financés par de riches mécènes qui attendaient que leurs œuvres se fassent l'écho des idées philosophiques et scientifiques de leur temps, avec un cahier des charges très stricts. Les œuvres étaient un instrument de pouvoir. Les artistes se devaient de mettre en avant la personnalité du commanditaire, montrer sa puissance et sa richesse.

Mais toutes ces contraintes ne les ont pas empêchés d'être particulièrement **créatifs**, de faire preuve **d'innovation, d'audace** et de nous laisser des chefs d'œuvre qui ont traversé le temps.

Pour conclure, la philosophe ajoute que le rôle des jeunes générations est important, l'avenir leur appartient. Elle a l'impression qu'elles feront beaucoup mieux que leurs aînés. C'est pour cette raison qu'on ne devrait pas abonder dans le sens des discours mortifères que nous entendons un peu trop souvent, au contraire. **La responsabilité des aînés est aussi de former les jeunes et de leur donner les moyens d'anticiper l'avenir de manière positive.**

Aujourd'hui le monde est confronté à des défis de taille, au premier rang desquels figurent l'urgence écologique et l'urgence sociale qui s'amplifient au rythme de la croissance démographique. Les nouvelles générations s'éveillent et les différents acteurs se questionnent. C'est le moment d'agir ! Mais agir de quelle manière ?

C'est ainsi que les entreprises s'engagent à réduire leurs impacts environnementaux, mais aussi à mieux prendre en compte les attentes sociales à travers des démarches RSE. Et nombreuses sont les

entreprises du luxe qui intègrent cette recherche d'impacts positifs dans leurs activités.

La responsabilité sociétale des entreprises (RSE) également appelée responsabilité sociale des entreprises est définie comme l'intégration volontaire par les entreprises de préoccupations sociales et environnementales à leurs activités commerciales et leurs relations avec les parties prenantes. En d'autres termes, la RSE c'est la contribution des entreprises aux enjeux du développement durable.

Créateurs et managers du luxe, de la fashion à l'art de vivre, de la cosmétique à la joaillerie ... se sont réunis au sein du Cercle du luxe et de la création le 8 décembre 2022, pour témoigner et partager leurs engagements RSE. Leurs actions et leurs projets en cours démontrent à quel point la RSE est un laboratoire d'innovations inédit, tant en termes de création qu'en terme de business modèles !

Les propos ci-dessous sont un résumé de ces témoignages et des réflexions que les différents intervenants ont eu la gentillesse de partager avec nous.

