

# L'avenir du luxe à Marseille

*Didier Bertrand est directeur et fondateur de l'agence immobilière Le Marquis, basée à Marseille. Il est également membre élu à la CCIMP, délégué aux missions tourisme et territoire de la ville. Et en parallèle à ces activités institutionnelles, il est administrateur de la Fnaim 13, dont il prendra les fonctions de secrétaire général au 1er janvier 2013. Rencontre.*

**Les Nouvelles publications :** Que pensez-vous de la pertinence d'un dossier « luxe » dédié à Marseille ?

**Didier Bertrand :** Le luxe est d'actualité dans la cité phocéenne. Nous constatons une véritable demande, tant de la part des consommateurs que des marques. Il y a 10 ou 15 ans, certaines enseignes n'étaient installées qu'à Aix. Désormais, Marseille fait aussi partie de la stratégie d'implantation des marques de luxe. Leur démarche reste encore timide, mais de plus en plus elles approchent notre cité. Si LVMH ne croyait pas en Marseille, le groupe n'aurait pas investi dans les nouveaux locaux de Louis Vuitton (anciennement Flamand, ndlr).

**N.P. :** Pour autant, Marseille a encore très peu, voire pas du tout d'enseignes réellement « luxueuses ». Des marques comme Dior, Prada, Gucci, Versace ou Chanel ont-elles des ambitions marseillaises ?

**D.B. :** Des clauses de confidentialité m'empêchent de vous répondre...

**N.P. :** Vous nous confirmez le déménagement rue Grignan de la boutique Hermès...

**D.B. :** Je ne peux rien vous dire...

**N.P. :** Que pensez-vous de la terminologie de « rue du luxe », attribuée à la rue Grignan ?

**D.B. :** Pour être tout à fait précis, à l'Office du tourisme par exemple, les hôtesses renseignent les touristes en parlant de « rue du prestige ».

*Le luxe est d'actualité dans la cité phocéenne.*

*Nous constatons une véritable demande, tant de la part des consommateurs que des marques.*

**N.P. :** Vous êtes donc d'accord sur le fait que Marseille monte en gamme, en prestige, mais n'a pas encore atteint le cap du luxe, comme à Cannes par exemple...

**D.B. :** C'est vrai, mais ici, comme vous le savez, tout prend beaucoup plus de temps. Si l'on remonte en arrière, en 1998, avec l'arrivée du TGV, voyez le chemin parcouru jusqu'à aujourd'hui ! Quand on sait que

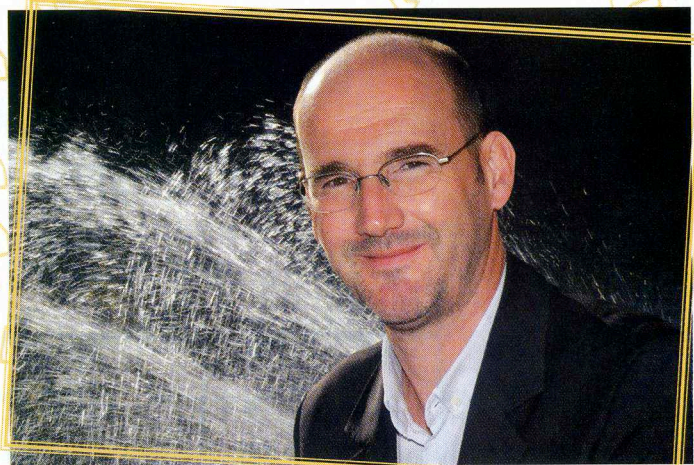


Photo Georges Majolet ©

la ville va accueillir 11 projets commerciaux totalisant une surface de 220.000 m<sup>2</sup> de locaux, tout est possible...

**N.P. :** Pourquoi est-ce si long pour modifier une image et se rendre attractif ?

**D.B. :** Marseille reste une ville difficile à cerner, notamment dans sa structure de consommation. Les foyers à fort potentiel d'achat quittent la ville pour dépenser. Ils aiment se faire discrets. Et puis à chaque avancée il y a souvent une actualité liée soit à l'insécurité, soit à la propreté qui vient minorer le travail

positif accompli. Ce qui s'avère en revanche positif, c'est que Marseille fait désormais partie des stratégies d'implantation. Sans pouvoir vous citer de marques, je peux vous dire que bon nombre d'entre elles suivent de près son actualité. Même si je comprends que le sentiment général dégage un certain attentisme de leur part, je vous assure que les choses évoluent dans le bon sens.

**N.P. :** Ça se mérite, de venir à Marseille ?

**D.B. :** En quelque sorte oui ! Il faut le vouloir !

## L'actu

Ancien cadre de chez Vacances Bleues, Didier Bertrand a fondé Le Marquis il y a 4 ans. La spécificité de cette agence est de proposer à ses clients une « recherche exclusive », comprenez d' « adapter une méthodologie de recherche de biens en adéquation parfaite avec l'attente du client ». L'activité se partage entre les secteur particulier (60 %) et professionnel (40 %). Début novembre, le site de l'agence a fait évoluer son identité visuelle et développé de nouvelles fonctionnalités, parmi lesquelles « les habitations à la une », « les demeures de prestige » ou encore « les locaux professionnels à la une ».

Questions à...

# Alexandre Hidalgo, directeur Dinh Van Marseille

*La boutique a fêté il y a quelques jours sa première bougie. L'occasion de revenir sur la vision que peut avoir Dinh Van sur la ville...*

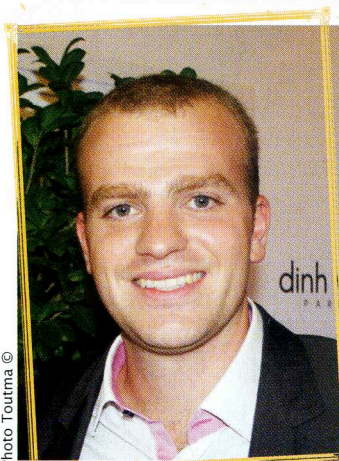


Photo Toutma ©

**N.P. :** Pensez-vous que Dinh Van reste associé au luxe, alors que certains bijoux sont désormais déclinés en argent ?

**A.H. :** L'image de notre maison se veut moderne, même si nous voulons rester discrets, tant pour ses partis pris créatifs que pour ses prix. En effet, certains bijoux en argent s'offrent pour quelques centaines d'euros, tandis que d'autres restent des pièces exceptionnelles, aux prix confidentiels. Tout est possible chez nous !

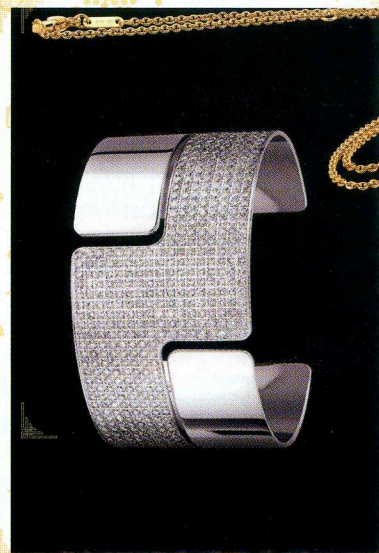
*Marseille est une ville où Dinh Van se devait d'être !*

**Les Nouvelles Publications :** Pourquoi s'être implanté à Marseille, rue Davso, à deux pas de joailleries diffusant déjà la marque ?

**Alexandre Hidalgo :** Marseille est une ville où Dinh Van se devait d'être ! Vuitton démontre que c'est une ville où les belles enseignes s'installent et surtout, y restent. Pourquoi n'y aurait-il pas de boutiques de luxe ici ? Il y a de la place pour tout le monde. Ce qui est certain, c'est qu'il était important pour la marque d'avoir une adresse où le client puisse découvrir tout l'univers Dinh Van et vivre l'expérience de la marque.

**N.P. :** Ne regrettez-vous pas de ne pas être installés rue Grignan, que l'on appelle désormais « la rue du prestige » ?

**A.H. :** Pas du tout ! Se trouver à côté de l'Opéra convient parfaitement à l'histoire Dinh Van. Nous sommes entourés de belles enseignes « moteurs » à l'image



Photos dr ©

de Sessun, Zadig & Voltaire, ou encore de Pellegrin, Sonia Rykiel et Puyricard. Et puis, dans notre secteur, il reste très rare d'avoir une boutique en angle...

**N.P. :** Quelle est votre actualité « bijoux » ?

**A.H. :** En résonance au Pavé, Dinh Van reprend les formes géométriques qui lui sont chères, à savoir le rond et le carré, pour créer la Sphère. Il s'agit là du

symbole universel du mouvement et de l'infini. Trois cercles entrelacés protègent une boule précieuse. L'argent se conjugue à l'onix, l'or jaune au lapis-lazuli, l'or rose à l'opale et l'or blanc à la turquoise. Les menottes se déclinent désormais en argent noir et la ligne Seventies signe une somptueuse manchette pavée de diamants. Je vous l'ai dit, Dinh Van reste une maison de luxe, mais plurielle, où chacun peut se faire plaisir.

LES  
OFFRES  
SPÉCIALES  
PROFESSIONS  
LIBÉRALES



VOLVO XC60 AWD GEARTRONIC R-DESIGN

VOTRE VOLVO



**6 650€\*** **40 850€**

D'AVANTAGE CLIENT

**SUR STOCK DISPONIBLE, LIVRAISON  
ET IMMATRICULATION AVANT LE 31/12/2012  
AVEC TARIF ÉCO MALUS 2012**

\* Conditions spéciales professions libérales : remise de 6 650€ sur un VOLVO XC60 AWD Geartronic 163ch R-Design. Prix public conseillé en euro TTC au 02/11/2012 de 47 500€ soit après remise : 40 850€. Offre réservée aux sociétés et professions libérales hors frais d'immatriculation et éco malus. Tarif valable en France Métropolitaine. Consommations Euromix du VOLVO XC60 D4 AWD Geartronic (l/100 km) : 6,8 - CO<sub>2</sub> rejeté (g/km) : 179. [volvocars.com/fr](http://volvocars.com/fr)

**ACTION AUTOMOBILE**  
PLACE DU GÉNÉRAL FERRIÉ  
VILLAGE AUTOMOBILE  
13 MARSEILLE - 04 91 29 90 15  
[commercial.pagmarseille@groupe-maurin.com](mailto:commercial.pagmarseille@groupe-maurin.com)

Quand le LUXE

# Quand l'art

*A l'initiative de Mécènes du Sud et dans le cadre des Ateliers de l'EuroMéditerranée, la photographe/vidéaste Vanessa Santullo (lauréate 2010 Mécènes du Sud) est accueillie chez Frojo encore pour quelques jours. Une année d'immersion pour celle dont le travail sera dévoilé au public l'année prochaine (lieu et dates encore inconnus pour le moment)...*

**Les Nouvelles Publications :** Pourquoi avoir choisi d'accueillir durant un an Vanessa Santullo ?

**Edouard Frojo :** Mon père m'avait parlé de son travail, puisqu'il fait partie de Mécènes du Sud et a donc été amené à le suivre. Même si je n'avais et n'ai du reste encore aucune idée de ce qui va ressortir de cette immersion, j'ai adhéré à l'idée de montrer autre chose de notre famille, autre chose que ce sas que l'on franchit pour entrer chez nous.

**N.P. :** Et vous, Vanessa, pourquoi avoir accepté ?

**Vanessa Santullo :** Je ne connaissais pas l'entreprise, même si cela en étonne plus d'un ! J'ai aimé l'idée de porter un regard neuf et neutre sur

cet univers du luxe, dédié principalement à la femme. Et j'avais envie de m'attarder sur les détails du travail de l'ensemble de ses salariés.

**N.P. :** Qu'attendez-vous de cette résidence ?

**E.F. :** Je ne recherche pas la notoriété, plutôt à être vu de façon plus intime. En tant que dirigeant, le chef d'entreprise reste souvent dans sa bulle. C'est intéressant pour moi de voir ce que Vanessa aura collecté auprès de nos 35 salarié(e)s, dont la plus ancienne, Hélène, fait partie de la maison depuis 37 ans. Il n'était pas évident pour moi d'ouvrir la porte de cette façon, mais j'avoue que ce qui m'a séduit dans ce projet, c'est le fait de faire entrer un regard d'artiste sur notre



# rencontre le luxe



Richard et Edouard Frojo entourent l'artiste Vanessa Santullo

Photo Lola Rebourd ©

dre et le connaître, tout simplement. Edouard et son père ont couru le risque de me laisser « prendre » ce que je voulais.

**N.P. :** Est-ce conforme à l'idée que vous vous faisiez du luxe ?

**V.S. :** J'ai découvert un univers familial pas froid du tout, et donc très différent de l'idée que je m'en faisais.

**N.P. :** Le luxe serait-il aussi chaleureux ?

**E.F. :** C'est notre PME qui est chaleureuse !

**N.P. :** Comment savoir si le but de cette collaboration est réellement atteint ?

**E.F. :** Quelque soit le travail que nous présentera Vanessa, j'espère surtout le comprendre, et je ne me fais pas vraiment de souci pour cela...

**V.S. :** J'espère que le personnel, fortement impliqué, se retrouvera dans mon travail, qu'il ne se sentira pas trahi. Nous avons tellement collaboré dans une confiance mutuelle, que l'essentiel est là !

**E.F. :** C'est vrai ! En faisant entrer l'art dans notre entreprise, je voulais que chacun compose une partie du tableau de Vanessa. Il s'agit vraiment d'un projet commun, loin de toutes préoccupations financières. Je reste attentif à la bonne cohésion de mes équipes et l'arrivée de Vanessa a été positive pour tous. Je me suis aperçu que l'art dans l'entreprise, c'était du soleil, de l'oxygène !

**« Le bijou est-il réellement un atout pour séduire ? N'est-il pas une façade entre soi et le monde, une barrière pour celui qui le porte face aux autres ?**

**La boutique est dédiée à la femme autour d'un objet de séduction. La vente est aussi effectuée par des femmes,**

**alors que les dirigeants, à l'étage, contrôlent et gèrent**

**les aspects économique et financier. Ils perpétuent**

**à leur manière un système pyramidal ».**

**Vanessa Santullo**

entreprise familiale. L'année capitale nous a offert le bon moment pour réaliser une telle collabo-

ration. Ce qui m'a conquis, c'est l'idée d'être vu autrement et peut-être d'avoir à se remettre en question.

*L'année capitale nous a offert le bon moment pour réaliser une telle collaboration. Ce qui m'a conquis, c'est l'idée d'être vu autrement et peut-être d'avoir à se remettre en question.*

**N.P. :** Quelle forme va prendre votre travail ?

**V.S. :** J'utilise la photo et la vidéo. La photo seule n'aurait pas suffi à porter un regard sur la maison Frojo. La vidéo, avec sans doute plusieurs petits films, témoignera de ce que j'aurai collecté durant ces longs mois d'immersion.

**N.P. :** Que reprenez-vous déjà de votre année chez Frojo ?

**V.S. :** La liberté totale avec laquelle j'ai pu travailler, passer des heures parfois avec le même salarié pour mieux le compren-



Photo Vanessa Santullo ©

# Le secret des commandes

*L'installation de Louis Vuitton dans les 500 m2 de son hôtel particulier sonne comme l'avènement d'un positionnement affirmé de la rue Grignan, qualifiée de « rue du prestige » jusque dans les couloirs de l'Hôtel de ville. Si l'arrivée prochaine de Hermès dans les anciens locaux de Vuitton (rue Grignan également) reste encore confidentielle, nul doute que ce vaisseau amiral de LVMH fait déjà sensation. Son 2e étage, dédié notamment aux commandes spéciales, reste un havre feutré, dont nous vous livrons quelques uns des secrets...*

Les commandes spéciales restent une tradition chez Louis Vuitton, « qui s'est toujours honoré de répondre aux requêtes les plus imprévisibles de ses clients », confie le service communication de la marque. « De la légendaire malle-lit créée par Louis et Georges Vuit-

ton pour les explorateurs, au vanity-case Monogram ultrasophisticqué réalisé pour la star américaine Sharon Stone, l'entreprise a multiplié les élégantes et ingénieuses façons d'aider ses clients à satisfaire un besoin particulier, d'exprimer leur individualité ou de concrétiser un rêve ».



Antoine Hancy, directeur du magasin Louis Vuitton de Marseille, Patrick-Louis Vuitton, directeur des commandes spéciales Louis Vuitton, Roberto Eggs, président Europe du nord Louis Vuitton

## Un atelier préservé

L'ensemble des commandes spéciales est réalisé dans l'atelier d'Asnières, le centre névralgique de la marque. « S'il est resté la seule unité de production de l'entreprise pendant plus d'un siècle, de 1859 à 1977, l'accroissement de la demande internationale et la diversification des produits ont nécessité, depuis, l'ouverture d'ateliers supplémentaires. Mais Asnières n'en continue pas moins à symboliser l'exceptionnelle alliance de tradition et de modernité qui nous caractérise ». C'est ici que sont produits, aujourd'hui encore, tous

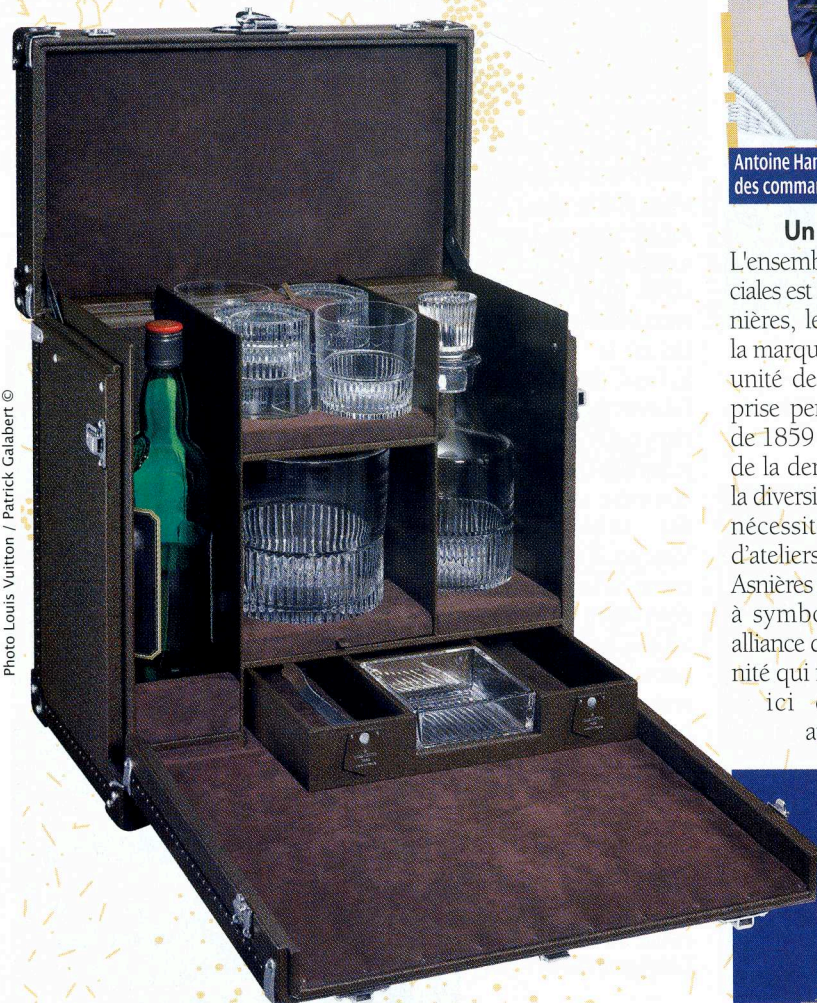
les bagages rigides de l'entreprise, les commandes spéciales et les sacs en édition limitée destinés aux défilés, ainsi que les sacs en cuir exotique.

## Dans le détail

La maison distingue deux types de commandes spéciales : le « sur commande » et le « sur mesure ».

Le premier offre un service déclinant un article de la collection permanente, autrement dit « cela revient à confectionner un sac dans une matière, une doublure, ou avec des finitions d'une couleur différente, ou personnalisé aux initiales du client ». La plupart des articles sur commande, notamment les bagages rigides et créations en cuir exotique, sont réalisés à Asnières. Le second département, quant à lui, permet de fabriquer des pièces uniques, fruit des besoins d'un client. Les articles sur mesure en font partie. Ces pièces prennent graduellement forme à partir d'esquisses détaillées et de prototypes élaborés. Asnière reçoit quelque 450 commandes par an. Chaque pièce est fabriquée de bout en bout par le même artisan expert, le processus pouvant prendre de longs mois. « Bien que le cas soit assez

Photo Louis Vuitton / Patrick Galabert ©



Boîte à main Whisky (25x41x41 cm) en cuir Taïga grizzli, intérieur en microfibras tabac comprenant quatre verres, une carafe, un seau à glaçons, une coupelle et pouvant contenir une bouteille de whisky et une bouteille d'eau

# spéciales

rare, certaines requêtes peuvent s'avérer irréalisables en raison de contraintes techniques. Dans ce cas, la maison oriente le client vers une solution qui respecte la faisabilité et s'approche au plus près de ses besoins. Mais sans doute, la condition la plus importante consiste à respecter l'esprit du voyage, c'est-à-dire à répondre à deux critères : emballer et voyager. Patrick-Louis Vuitton (le directeur, 5e génération, ndlr) y veille tout particulièrement. Il reste ainsi fidèle à la vocation première de son aïeul Louis Vuitton, le layetier-emballleur qui imposa son nom en devenant l'emballleur favori de l'impératrice Eugénie ».

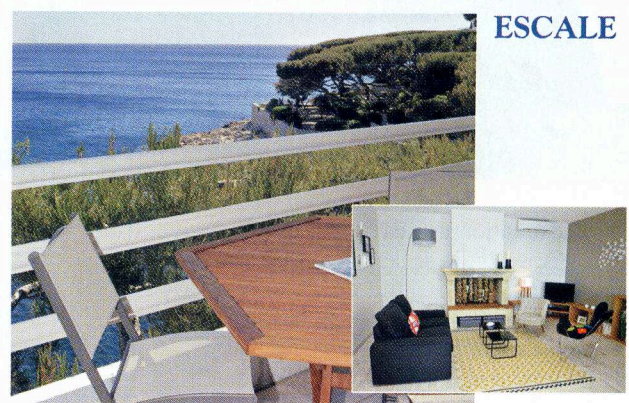


Malle 100 montres (54 x 135 x 26 cm) en toile Damier, ouverte : deux tiroirs de la malle sont ouverts et mettent en valeur des montres Tambour soigneusement disposées à l'intérieur

Photo Louis Vuitton / Philippe Jumin ©

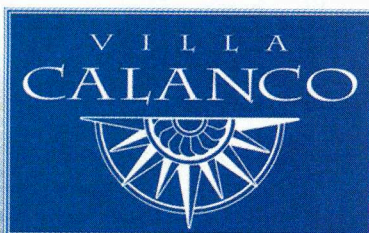


PLEIN CIEL



ESCALE

## EMBARQUEMENT IMMÉDIAT POUR LE PARADIS SUR MER



Calme envoûtant, confort, vue imprenable sur le Cap Canaille, tout est prétexte, dans ce havre de paix, à décliner plaisir et bien-être.

Du haut de ses trois étages plantés à fleur de mer comme l'étrave d'un paquebot, Villa Calanco offre à ses hôtes le choix de 2 appartements de style bien différents. Que ce soit « Plein Ciel » avec son style marin ou « Escale » au décor simple et naturel, chaque appartement se pare du charme d'une superbe terrasse.

Merveilleusement située entre ciel et mer, Villa Calanco réserve aussi de belles perspectives de service à ceux qui loueront un de ses appartements le temps d'une semaine ou plus encore : à 5 min à pied de la plage du Bestouan, du port et du centre ville, parking fermé, climatisation, accès internet, cuisine entièrement équipée, terrasse de 45m<sup>2</sup>, linge de lit et de toilette fournis, ménage de fin de séjour...

Il ne vous reste plus qu'à larguer les amarres et à voguer au fil de vos envies et du calme absolu.

VILLA CALANCO Location saisonnière • 5 avenue des Calanques 13260 Cassis  
www.villacalanco.com • villa-calanco@wanadoo.fr • 06 84 96 11 07