

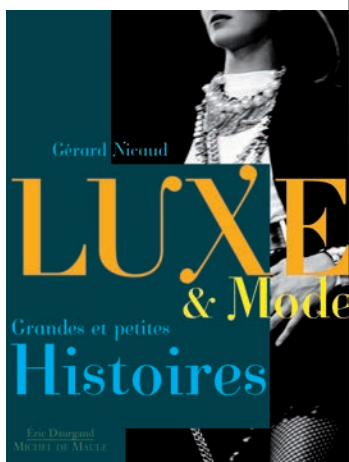
MICHEL DE MAULE

41, rue de Richelieu 75001 Paris // 01 42 97 93 56/48 // micheldemaule.com

SOCIÉTÉ

Luxe et Mode *grandes et petites histoires*

Gérard Nicaud



Luxe et mode font partie de ces mots qui provoquent chez chacun de nous des images, des rêves, un ressenti particulier. Cela tient sans doute au fait qu'il s'agit plus de concepts que de simples vocables, à la fois intimes et collectifs. Personne n'en donne la même définition, mais tout le monde en a une idée assez précise même si les contours restent flous. Où cela commence-t-il, finit-il ?

Pour Karl Lagerfeld, « le luxe, c'est la liberté d'esprit, le politiquement incorrect ». Pourquoi définir l'indéfinissable quand on peut s'en tirer par une élégante pirouette ? Et pour **Miuccia Prada, « la mode est un langage de l'instant ».** A l'aune de cette pensée, on se dit que nos rues sont devenues bien muettes...

Pour le commun des mortels que nous sommes, le luxe et une partie de la mode sont inaccessibles et c'est aussi pour cela qu'ils nous font rêver. Ils véhiculent l'image du beau, la sensation que ces objets, ces bijoux, ces robes de haute couture sont les traces indélébiles laissées par des artistes comme un double témoignage de leur époque et de leur sensibilité. Elles nous survivront en tant que telles.

Derrière ce faste et cette féerie se trouvent des entreprises, donc des hommes et des femmes de caractère et de talent. Vous les trouverez dans ce livre qui rassemble les principales maisons de mode et les créateurs de bijoux, de belles montres, ainsi que les constructeurs de voitures... de luxe. Acheter ou offrir ce livre c'est l'assurance de prendre ou de donner du plaisir et du rêve à un moment où nous en avons tant besoin...

Vous saurez tout ou presque, même les faux pas de certaines d'entre elles, dans le passé. Vous constaterez que deux des trois principales firmes mondiales du secteur sont françaises et que cela n'est pas sans doute pas un hasard, même si l'Orient – Japon, Chine, Corée – commence à s'inviter dans ce cercle restreint, essentiellement encore dans le domaine de la mode.

Photos couverture et rabats disponibles sur demande. (Crédit : Shutterstock)

gerard1504@gmail.com 06 64 12 67 66

Prix (TTC): 28 €
Office: 6/01/2023

Format (L x H): 155 x 210
Pagination: 450 pages
Reliure: Broché + rabats
Code EAN:
9782876237506

Collection: Société
Rayon: Histoire de la
Vie quotidienne

Gérard Nicaud

Gérard Nicaud est journaliste. Après une dizaine d'années passées aux *Echos* au service Finance puis Étranger, il est entré au *Figaro* où il a effectué l'ensemble de sa carrière. Grand reporter, d'abord axé sur l'économie internationale (il a voyagé dans plus d'une centaine de pays et territoires), il a progressivement écrit pour à presque tous les services, à l'exclusion de la politique intérieure, peut-être en raison d'un esprit un peu trop indépendant.

En 2009, il décide de quitter Le Figaro pour écrire des ouvrages de plus longue haleine. Il a notamment travaillé huit ans sur le présent ouvrage.

Déjà publié aux éditions Michel de Maule

Grandes et petites histoires des marques alimentaires (2022)

CONTACT PRESSE & COMMUNICATION:
Marie Chipoff: 01 42 97 93 56 // marie.chipoff@gmail.com