



CARTIER

NOTRE MAISON EST FORTEMENT À L'AMOUR ET



CÉCILE NAOUR
CEO de Cartier Chine

« Nos créations sont très appréciées pour leur style intemporel et leur vitalité, tandis que la Maison est fortement associée à l'amour et aux émotions. Cela nous permet de trouver un écho plus profond auprès des clients chinois. »

Quelles sont les perspectives de développement de Cartier en Chine ?

Cartier célébrera bientôt le 30^{ème} anniversaire de son arrivée sur le marché chinois mais la relation de la Maison avec la Chine remonte à bien plus longtemps, avec, dès les années 1870, les premiers dialogues entre le style Cartier et la culture et l'art Chinois. C'est la philosophie d'une Maison qui a toujours été curieuse du monde, et s'est inspirée dans ses créations des différentes cultures et civilisations.

C'est notamment grâce à cela que Cartier a su trouver sa place sur le marché chinois depuis la fin des années 90. Cet équilibre entre héritage, ouverture d'esprit et créativité fait fortement écho à la culture Chinoise qui respecte son histoire tout en favorisant l'innovation.

La clientèle chinoise évolue de plus en plus rapidement, avec une connaissance et un goût pour des esthétiques variées et de plus en plus raffinées. Elle se passionne pour l'histoire des marques, leur patrimoine, leurs savoir-faire. Y compris les plus jeunes qui sont très bien informés !

Dans ce contexte, les marques qui sont fidèles à leur histoire, qui partagent des

valeurs fortes, et tissent des liens authentiques et de façon pérenne, sont celles qui progressent le plus en Chine. Rester fidèle à soi-même, mieux se comprendre pour mieux se rapprocher. Nos créations sont très appréciées pour leur style intemporel et leur vitalité, tandis que la Maison est fortement associée à l'amour et aux émotions. Cela nous permet de trouver un écho plus profond auprès des clients chinois.

Quelles opportunités cette riche année-notamment l'année franco-chinoise du tourisme culturel offre-t-elle à Cartier en Chine ?

2024 est une année importante, qui célèbre 60 ans de relations diplomatiques entre les deux pays. C'est une occasion unique pour la Maison de renforcer les liens qu'elle entretient avec ses partenaires culturels de longue date en Chine.

- En avril, nous avons renouvelé notre partenariat avec le Musée du Palais de Pékin à plusieurs niveaux : la formation et le partage de connaissances avec le personnel du Musée, un nouveau programme de restauration d'objets précieux issus de la collection du Mu-

ASSOCIÉE AUX ÉMOTIONS

sée, et un nouveau projet d'exposition. Nous sommes très honorés de poursuivre cette collaboration avec le Musée du Palais de Pékin, qui a débuté en 1996.

- En novembre, la Collection Cartier sera présentée dans le cadre d'une toute nouvelle exposition au Musée de Shanghai, « Cartier, the Power of Magic ». Un moment important qui célébrera 20 ans de relations privilégiées avec l'institution.
- En 2024, nous célébrons également le 40^{ème} anniversaire de la Fondation Cartier pour l'art contemporain, un espace dédié à la promotion et à la sensibilisation à l'art contemporain. En Chine, nos institutions partenaires travaillent étroitement avec la Fondation pour apporter une programmation de qualité, et qui trouve un écho très positif auprès du public chinois.

Cette période pourrait-elle également donner lieu à de nouveaux projets ou partenariats orientés vers la France pour Cartier ?

Le dialogue culturel va absolument dans les deux sens ; et le rôle de Cartier est

« La Chine a toujours été un pays avec lequel nous voulions partager autant que possible ce qu'est Cartier. La Maison continuera à cultiver les dialogues culturels et à renforcer ses liens avec la Chine de manière authentique, profonde et durable. »

d'encourager, de promouvoir, de porter ce dialogue.

L'exposition « Le château de Versailles et la Cité interdite : Les relations franco-chinoises au 17-18^{ème} siècle » qui a ouvert ses portes au public au printemps dernier, et dont Cartier fut l'un des principaux sponsors, est un excellent exemple témoignant de l'existence de ce dialogue depuis plusieurs siècles.

L'exposition a présenté au public chinois 200 trésors culturels exquis provenant du Musée du Palais, du Château de Versailles et d'autres institutions. Une magnifique illustration des liens entre la Chine et la France dès le 17-18^{ème} siècle.

Un autre exemple est la collaboration renouvelée de la Maison avec Art Exhibitions China (AEC). A travers un programme de formation sur mesure, les équipes du département international Image, Style et Patrimoine de Cartier, permettent aux professionnels des musées chinois de développer leurs connaissances des musées français et européens, et de mieux appréhender le travail des commissaires d'exposition, la scénographie et les pratiques de conservation.

Plus largement, comment stimuler l'échange entre la France et la Chine ?

La compréhension mutuelle et la recherche de sens ont pris une place prépondérante dans la relation des marques avec la Chine, bien au-delà de l'activité commerciale.

Ce n'est pas un phénomène nouveau ou unique à la Chine ; les marques ont une responsabilité importante localement car elles rassemblent des communautés (clients, partenaires, employés, étudiants...) autour d'un projet, d'une culture, de valeurs communes.

Les engagements de la Maison Cartier sont multiples et globaux, que ce soit dans le domaine culturel, l'émancipation des femmes, le soutien aux plus vulnérables ou la protection de la planète. En Chine, nous avançons main dans la main avec les institutions et acteurs locaux. En mai dernier, nous avons ainsi eu l'honneur d'accueillir pour la première fois en Chine la cérémonie des *Cartier Women's Initiative* à Shenzhen. Un beau sujet porteur de sens, largement suivi par le public et salué par l'industrie. Avec Cartier for Nature, nous poursuivons également notre collaboration avec la China Green Foundation pour la protection du léopard des neiges dans le parc national des trois rivières.

La Chine a toujours été un pays avec lequel nous voulions partager autant que possible ce qu'est Cartier. La Maison continuera à cultiver les dialogues culturels et à renforcer ses liens avec la Chine de manière authentique, profonde et durable.

Propos recueillis par P. TI



企业聚焦

卡地亚，与爱和情感紧密相连



楠思琦
卡地亚中国区首席执行官

卡地亚在中国的发展前景如何？

卡地亚即将庆祝进入中国市场30周年，但我们与中国的渊源其实由来已久。早在1870年代，卡地亚就与中国展开风格和文化方面的对话。这代表了品牌的精神——对世界永葆好奇，从不同文化和文明中汲取灵感进行创作。正是由于这种深厚的文化根基，卡地亚自90年代以来，就在中国市场上取得了显著成就。卡地亚秉持传承的精神、开放的理念以及促进创造力，深深呼应了中国尊重历史且推崇创新的文化理念。

中国消费者群体的变化日益加速，他们拥有多样化的视角，对精致的美学有着深入的体会和热爱，对品牌历史、传统工艺和价值观有更强的见解，特别是年轻的一代，接受的讯息日益广泛。

在此背景下，忠于历史根基、传承价值理念的品牌将在中国获得更大的市场——这正是卡地亚所代表的理念：坚守本心，紧密相连。我们的设计因其永恒的风格和充沛的活力而备受推崇，品牌与爱和情感紧密相连。因此，我们能够与中国客户产生更深的共鸣。

« 我们的设计因其永恒的风格和充沛的活力而备受推崇，品牌与爱和情感紧密相连。因此，我们能够与中国客户产生更深的共鸣。»



这样精彩纷呈的一年——尤其恰逢中法文化旅游年——将为卡地亚在中国提供哪些机遇？

2024年是中法两国建交60周年。这一特殊的时刻将为我们注入活力并创造重要的契机，加强卡地亚与合作伙伴在中国的长期文化交流。

- 4月，我们与故宫博物院签署新的合作意向书，就人员交流培训、文物修复及展览领域进一步深化伙伴关系，也标志着我们与故宫博物院始于1996年的友好合作进入了一个新的阶段。
- 11月，卡地亚典藏将携手上海博物馆（东馆）呈现全新展览“Cartier, the Power of Magic”。此次展览将是见证双方20年合作关系的重要里程碑。
- 今年也是卡地亚当代艺术基金会成立40周年。该基金会致力于推广和提升对当代艺术的认知。在中国，基金会与其合作机构紧密协作，打造高质量的艺术活动，深受中国观众的欢迎和赞誉。

这是否也会为卡地亚带来面向法国的新项目或新的合作伙伴？

文化对话一定是双向的，卡地亚的角色就是作为文化桥梁，鼓励、促进和开展这种对话。例如，今年春天“紫禁城与凡尔赛宫——17、18世纪的中法交往”展览。卡地亚是主要赞助伙伴之一。此次展览展出了来自故宫博物院、凡尔赛宫等收藏机构约200件精美文物。它们阐释并展示了17-18世纪的中法关系和联接。另一个例子是卡地亚延续了

« 在中国，我们一直不遗余力地与公众分享卡地亚价值和理念。卡地亚将继续以真诚的方式促进文化交流并增进与中国的联系。»

与中国文物交流中心（AEC）的合作。通过定制的培训计划，卡地亚形象、风格和传承部门帮助中国博物馆专业人士加深对法国和欧洲博物馆的了解，并深入学习策展人的工作、展陈设计和文物保护等知识。

从更宏观的角度来看，如何促进中法之间的双向交流？

在品牌与中国的交流中，相互理解和有意义的追寻已经成为了重要组成部分，远远超出了简单的商业交流。这种情况并非仅在中国存在，品牌在各地都承担着重要的社会责任，因为它能够联结各种社群（如客户、合作伙伴、员工、学生等），在共同的文化和价值观指引下，进行项目合作。

卡地亚的承诺涵盖多个领域，包括文化、妇女赋能、支持社会弱势群体以及保护环境。在中国，我们与当地机构和相关人士携手共进。今年5月，我们有幸首次在中国深圳举办2024年度“卡地亚女性创业家奖”颁奖典礼。这是一个深具意义、受到公众关注和行业赞誉的重要议题。此外，通过“卡地亚自然保护项目”，我们还与中国绿化基金会一起合作，共同保护栖息在三江源国家公园的雪豹。在中国，我们一直不遗余力地与公众分享卡地亚价值和理念。卡地亚将继续以真诚的方式促进文化交流并增进与中国的联系。

采访人：P. TI