

Les nouveaux CODES des

PLUS NOMBREUX, PLUS
MOBILES... ET PLUS EXIGEANTS : LES
MILLIARDAIRES MULTIPLIENT
LES DEMANDES FOLLES, ENTRAÎNANT
UNE SURENCHÈRE DE LUXE.
ENQUÊTE SUR UNE BULLE DORÉE.

« **POUR MON ENTERREMENT DE VIE DE GARÇON À MIAMI**, je souhaiterais que tu réserves quinze voitures de course ultraluxe pour mes amis et moi. Ce n'est pas tout : il me faut un yacht, un hélicoptère et des drones. On partira en voiture du club privé Moore, mais avant d'arriver au yacht, je veux que tu bloques la circulation sur un pont de la ville, en pleine heure de pointe, pour que l'hélico et les drones nous filment à la façon *James Bond* ou *Bad Boys 2*... Il me faut tout ça... dans quarante-huit heures ! » Voilà le type de requête que reçoit Olivia Ferney, employée de Top Tier Travel – agence de conciergerie de luxe et voyages haut de gamme spécialisée dans les séjours sur mesure pour une clientèle ultrafortunée. Depuis 2025, cette assistante dévouée a bâti sa réputation sur les réseaux sociaux en publiant sur son compte Instagram @travelwithlivii les demandes les plus extravagantes de ses clients ultrariches, surnommés les UHNWI (*Ultra High Net Worth Individuals*). Si la jeune femme rassemble plus d'un million d'abonnés, c'est parce que le public, dans un contexte où la fracture sociale est de plus en plus soulignée, reste fasciné par les riches. Pour Alizée Delpierre*, sociologue et auteure de *Servir les riches. Les domestiques chez les grandes fortunes* (Éditions La Découverte), le phénomène n'est pas nouveau. « Il y a toujours eu des films sur la haute bourgeoisie, l'aristocratie et les milliardaires. La richesse fascine la majorité de la population parce qu'elle semble inaccessible. Comme ce milieu reste relativement secret, il nourrit la curiosité. Cette vie cachée, très éloignée d'une existence ordinaire, revêt une dimension exotique et fantasmée. C'est pour cela qu'on voit autant de films, séries et télé-réalités sur le sujet. » *Anora*, de Sean Baker (Palme d'or de 2024 et cinq Oscars), *The White Lotus*, *Big Little*

Lies, *Succession*, *Privilèges*, mais aussi *L'Incroyable Famille Kardashian*, *Rich Kids of Beverly Hills*, *The Real Housewives*... La richesse domine le petit et le grand écran. « En revanche, ce qui est relativement nouveau, c'est que la sociologie se penche désormais sur cette élite : les marqueurs de luxe se sont transformés. »

TENDANCE poids plume

Son confrère Bruno Cousin, enseignant-chercheur à Sciences Po, s'intéresse, lui, au rapport que les grandes fortunes entretiennent avec le corps. Il met en lumière le fait que le soin minutieux apporté au physique et au métabolisme participe aujourd'hui à l'entretien d'un mode de vie dispendieux où il faut afficher sa richesse – mais aussi sa beauté et sa bonne santé. L'apparence contribue à la distinction sociale et certains souhaitent bénéficier des progrès de la médecine les plus aboutis. « L'historien du corps, Georges Vigarello, montre qu'auparavant, être riche signifiait être gros. Il fallait exhiber sa capacité à se nourrir allègrement. Alors qu'être riche, aujourd'hui, c'est être mince, montrer qu'on s'entretient, être dynamique et *fit*, comme disent les anglophones. Cela correspond à un capitalisme qui valorise des corps performants qui puissent bien travailler. Cette tendance se diffuse dans d'autres milieux sociaux, mais eux disposent des moyens nécessaires pour la mettre en œuvre »,

ultra



souligne Alizée Delpierre. Une réminiscence très « Café Society », à l'époque où Wallis Simpson, duchesse de Windsor, avait proféré son fameux : « *Never too rich, never too thin* » (« Jamais assez riche, jamais assez maigre »).

DES HABITUDES et profils inédits

« C'est normal que les gens soient fascinés par la richesse, car on nous vend l'idée que la réussite consiste à avoir de l'argent et à consommer. Les influenceurs ont accéléré cette aspiration à la richesse, à la reconnaissance et à la célébrité par la consommation », analyse la réalisatrice Hélène Rosselet-Ruiz. « Nous vivons dans un monde où il faut toujours posséder plus : le dernier iPhone, le dernier sac de luxe... Tout le monde ne peut évidemment pas satisfaire ces désirs, mais pourquoi les gens cesseraient-ils d'en rêver puisqu'on leur présente cela comme désirable ? » Son film, *Le Triangle d'or* (sortie le 29 juillet), inspiré de son histoire personnelle, raconte la relation entre une employée de maison et sa patronne saoudienne. « Je viens d'une famille modeste et, même avec un crédit à la consommation, je n'arrivais

plus à joindre les deux bouts. J'ai donc accepté de faire des heures de ménage non déclarées pour une famille saoudienne avenue Foch, à Paris, se souvient-elle. À l'époque, la femme qui m'engageait et moi avions à peu près le même âge, autour de 25 ans, et elle me demandait parfois de lui montrer des choses sur Instagram ou sur les réseaux sociaux. Mais c'était toujours elle qui décidait du début et de la fin des échanges. C'est assez violent d'avoir quelqu'un en face de soi qui vous dit : "C'est bon, j'en ai marre de te parler. Va-t'en !" » Avec l'inflation et l'essor des métiers de la tech, les ultrariches n'ont jamais été aussi nombreux et cette population ne cesse de croître, mais le visage de la grande richesse a bien changé depuis vingt ans. « Nos clients ne correspondent plus au stéréotype du grand bourgeois héritier ou du financier parisien



“Être *riche*, aujourd’hui, c’est être MINCE, *dynamique* et FIT”

Alizée Delpierre,
sociologue

ostentatoire », note William Allais, CEO de la conciergerie premium John Paul. « Aujourd’hui, nous sommes face à une clientèle beaucoup plus diverse, qui va des familles d’industriels aux jeunes entrepreneurs de la tech. » Selon le dernier rapport d’Altrata, spécialisé dans l’analyse de données sur les personnes les plus riches et les plus influentes au monde, on recensait en 2025 environ 510 800 individus possédant plus de 30 millions de dollars de patrimoine. Ensemble, ils détiennent

près de 60 000 milliards de dollars, soit l’équivalent de deux fois le PIB annuel des États-Unis. Si la France occupe la 8^e place mondiale avec plus de 51 200 personnes disposant de plus de 10 millions de dollars, les États-Unis dominent toujours largement. « Il y a vingt-cinq ans, les Nord-Américains représentaient autour de 15 % des plus riches. Ils sont désormais autour de 40 %, observe Thibault de Saint Vincent, président de Barnes. Les crises sanitaires, financières, économiques ou géopolitiques profitent essentiellement à l’Amérique du Nord. » Les États-Unis comptent aujourd’hui plus de 900 milliardaires, un record mondial, et en 2026, Elon Musk est devenu le premier individu de l’Histoire à franchir le seuil du billion de dollars (1 000 milliards). À travers une étude annuelle menée par son groupe immobilier, l’expert note que ces nouveaux riches se distinguent par une particularité : leur extrême mobilité. « C’est une population devenue multiville, multipays et multiactivité. Certains passent six mois sur leur yacht et le reste du temps à Londres ou Miami. Comme il est désormais possible de travailler de n’importe où, les ultrariches privilégient la qualité de vie.

Des endroits qui étaient autrefois réservés aux vacances, comme Marbella, Majorque ou Aspen, sont devenus des lieux où l’on s’installe à l’année », constate Thibault de Saint Vincent. Il révèle également que parmi les autres priorités des gens fortunés figure, bien sûr, la fiscalité. Ainsi, l’Italie séduit avec son forfait fiscal, tout comme l’Espagne, l’Uruguay et le Paraguay. En Europe, les grandes fortunes s’orientent aussi vers la Suisse ou certains pays d’Europe centrale ou de l’Est, comme la Hongrie. Malgré une politique fiscale moins avantageuse, la France conserve son pouvoir d’attraction, notamment grâce à sa stabilité dans un contexte international particulièrement tendu. Aussi, un nouveau phénomène émerge sur le territoire : le boom des locations à l’année. « Nous avons actuellement 22 demandes sur des loyers supérieurs à 30 000 euros par mois, poursuit le président de Barnes. Une situation inédite. La moitié de ces requêtes proviennent d’Américains qui disposent de tellement de moyens qu’il leur paraît plus simple de louer un pied-à-terre permanent à Paris. »

ENTRE-SOI et exclusivité

Parmi les biens proposés ? Un penthouse entièrement meublé de 370 mètres carrés sur le Champ-de-Mars, à Paris, doté de quatre suites et loué 65 000 euros par mois. Pour ce prix, la climatisation est comprise (une condition non négociable pour les Américains) ! Les quartiers les plus prisés sont le VII^e arrondissement, le XVI^e et Neuilly-sur-Seine. « Cette demande s’explique aussi car les deux écoles réputées du moment sont la British School of Paris, à Croissy (Yvelines), et l’American School of Paris, à Saint-Cloud (Hauts-de-Seine), et ces deux établissements organisent des systèmes de bus qui passent principalement par ces quartiers », rapporte l’expert. « Les riches vivent entre eux depuis toujours, et en réunissant leurs enfants dans des écoles privées, ils assurent à la fois leur entre-soi et la transmission de leur capital culturel. Or, en sociologie, on observe qu’un individu qui cumule un capital économique, culturel, symbolique et social détient le pouvoir et domine », analyse Alizée Delpierre. Coût de la scolarité ? Autour de 50 000 euros par an. Mais, à l’image de la demande formulée à Olivia Ferney pour cet enterrement de vie de garçon à Miami, il n’est, pour cette catégorie, jamais – ou presque – question d’argent.

Le nouveau graal ? Le « *money can't buy* ». Cette formule, largement reprise par les palaces, les maisons de luxe et les conciergeries privées, consiste à offrir ce que l'argent, en théorie, ne permet pas d'obtenir : une partie de golf à Saint-Cloud pour jouer en face de la tour Eiffel, une bouteille de romanée-conti pour un client qui n'a pas accès à ces grands crus pré-réserveés, un cours particulier avec une danseuse étoile de l'Opéra de Paris, une rencontre avec le pape au Vatican, ou un festival qui n'existe pas encore sur le Web (l'exclusivité de l'information vaut autant que l'exclusivité du lieu) ... « Ce qui revient aussi systématiquement dans les demandes de nos clients, c'est la volonté de gagner du temps et de vivre des moments "authentiques", en famille, déconnecté du monde, loin des écrans... », explique William Allais chez John Paul. C'est ainsi que le « luxe de l'isolement » s'impose désormais comme une tendance de fond. Hôtel dans le désert de Liwa (Abu Dhabi) – le Qasr Al Sarab Desert du groupe Anantara –, resort sur une île préservée du tourisme de masse en Indonésie – le Nihi Sumba – ou encore croisières exclusives – le yacht *Orient Express Corinthian*, nouvelle sensation flottante, affiche complet, et sa suite Agatha Christie est facturée autour de 200 000 euros la semaine: dans ces lieux calmes, la déconnexion est une priorité. « Les ultrariches recherchent des sites rares où personne ne les reconnaît, où leurs enfants jouent dehors et le temps ralentit », ajoute William Allais.

SENSIBILITÉ et discrétion

Dans sa carrière au George V, chez Raffles Hotels & Resorts, puis au Bvlgari Hotel Paris, Hector Vericel, aujourd'hui *chief commercial officer*, engagé dans le lancement d'une nouvelle marque hôtelière ultraluxe, a accumulé les anecdotes hors normes. Parmi celles-ci, la construction d'un tunnel éphémère (pour masquer l'entrée de l'hôtel) dans Paris en trois jours pour accueillir une superstar américaine en famille pendant sa tournée européenne, une cliente qui exigeait de prendre ses bains dans de l'eau d'Évian, ou encore cette autre qui avait réservé une chambre dans le seul but d'obtenir une table dans le restaurant de l'établissement qui affichait complet depuis des semaines. Au fil du temps, Hector Vericel a également constaté que l'expérience sensible l'emportait sur la démonstration de richesse. « Un jour, l'enfant d'une riche cliente brésilienne avait oublié son doudou au George V. Sa mère refusait qu'on lui renvoie, de peur qu'il se perde en route, et tenait à venir le récupérer elle-même la semaine suivante. Avec mon équipe, nous avons alors eu l'idée d'envoyer tous les jours une photo de l'ours en peluche dans l'hôtel. Au spa, avec les femmes de chambre, en cuisine... Il a eu l'occasion de tester tous nos services ! Lorsque la cliente est revenue, nous lui avons offert un album intitulé "La semaine de doudou au George V". Depuis, je peux vous dire qu'elle est devenue l'une des plus fidèles ambassadrices de l'hôtel ! ». Et pour Hector Vericel, en pleine réflexion sur son

“Les ultrariches recherchent des sites RARES où personne ne les reconnaît”

William Allais, CEO de la conciergerie premium John Paul

prochain établissement qui devrait ouvrir d'ici à trois ans, l'avenir du luxe repose précisément sur cette capacité à susciter des émotions :

« Aujourd'hui, une grande partie du temps des équipes hôtelières est absorbée par l'administratif. Or, si la technologie permet de libérer ces heures, nous pourrions nous consacrer pleinement à la relation humaine. C'est là que se fera la différence. » Les attentes varient toutefois en fonction des cultures.

« Les Européens, les Américains et les clients du Moyen-Orient recherchent avant tout des expériences. Pour les Chinois, cette approche demeure plus récente. Historiquement, pour eux, le luxe est d'abord ce qui se voit, ce qui se montre et suscite l'envie ». Ainsi, il se souvient d'une Chinoise ayant dépensé près de 500 000 euros au Printemps en quelques heures avant de regagner... son hôtel Ibis porte de Bagnolet. Aujourd'hui, les millionnaires chinois, les plus nombreux après les Américains, ont rallié les palaces parisiens. En revanche, ce qu'Hector Vericel observe aujourd'hui, c'est l'importance croissante accordée à la confidentialité et à la sécurité – une des hantises des ultrariches est le kidnapping. Ces deux critères se sont imposés comme des éléments décisifs dans le choix des établissements. Ainsi, le marché de l'immobilier voit apparaître une demande croissante pour les appartements privés gérés par des hôtels de luxe, afin que les clients puissent bénéficier des services d'un palace – conciergerie, restauration, sécurité, gardiennage permanent –, tout en restant invisibles. C'est pourquoi Barnes s'intéresse, lui aussi, à ce concept. « Cela existe déjà à Londres, New York, Miami ou Dubaï, mais très peu à Paris, alors qu'il y a une véritable demande internationale, notamment anglo-saxonne. Nous travaillons sur des résidences signées Barnes, dotées de tous les services d'un hôtel cinq étoiles, dans le VII^e arrondissement, révèle Thibault de Saint Vincent. Il y a d'ailleurs un projet en pleine réalisation derrière le boulevard Saint-Germain avec le groupe Maybourne, qui aurait vendu un certain nombre d'appartements autour de 70 000 euros le mètre carré. » Et cette quête de la discrétion dépasse désormais le cadre de l'hôtellerie. Certains milliardaires délaissent désormais leur

propre jet privé au profit de vols affrétés anonymement, afin d'échapper aux comptes qui traquent les déplacements des grandes fortunes sur Internet. Les chiffres qui interpellent ? Selon une étude de l'International Council on Clean Transportation, un seul jet privé (un vol Paris-New York coûte entre 90 000 et 140 000 euros) émet autant de gaz à effet de serre que 177 voitures en une année. Et selon une étude anglaise du groupe Nature, les émissions des jets privés ont augmenté de 46 % entre 2019 et 2023. Les sociétés d'aviation privées proposent des hangars discrets, des équipages sous accords de confidentialité et des protocoles de sécurité renforcés.

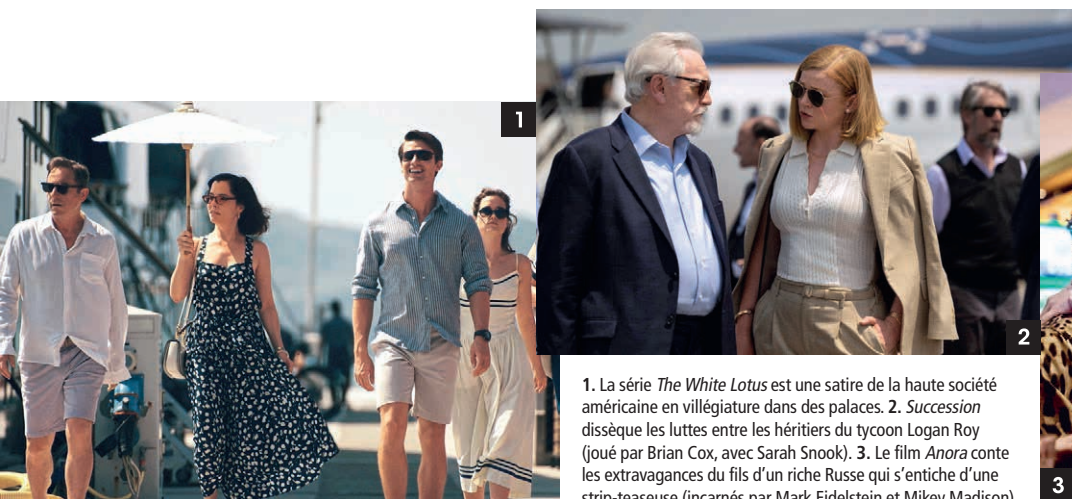
FACTOTUMS de luxe

Derrière les ultrariches gravite donc toute une armée de professionnels astreints à la discrétion : équipages, personnel de maison, *family office* (personne chargée de gérer le patrimoine d'une famille fortunée), responsables des VIC (*very important clients*) dans les maisons de luxe ou encore assistants personnels, tenus de signer des accords de confidentialité particulièrement stricts. C'est le métier qu'exerce Marine Girard, fondatrice de MG Assistance Privée. Son rôle ? Décharger ses clients de tout ce qu'ils ne souhaitent plus gérer eux-mêmes : inscriptions scolaires, prise de rendez-vous médicaux, organisation de vacances, déménagements, achats immobiliers, gestion administrative et même... démarches d'insémination. Lorsque ses clients veulent retrouver, en vacances, les repères de leur quotidien, son équipe se charge de tout. « Nous faisons livrer les jeux de société des enfants, le shaker préféré dans la cuisine, les vitamines du matin... L'objectif est qu'ils ressentent le moins possible la rupture avec leur environnement habituel. » Avec les années, elle a également découvert une facette plus inattendue de ces grandes fortunes. « Certains peuvent se montrer très économes dès qu'ils ont le sentiment qu'on cherche à les duper. J'ai vu un client dépenser 300 000 euros pour une semaine au ski et négocier le prix d'un bouquet de fleurs. Ils vivent entourés de gens qui racontent parfois n'importe quoi et redoutent constamment de se faire avoir. » Une des missions les plus folles qu'elle a menées : l'arrêt d'un

Eurostar sous la Manche pour récupérer un effet personnel. Autre émergence, celle des « nouveaux super riches ». « Depuis quelques mois, je découvre la façon de vivre de certains influenceurs qui gagnent beaucoup d'argent, et je vois bien qu'il faudrait les conseiller sur la manière de dépenser leur capital parce qu'ils sont perdus. Mais ce n'est pas ma vocation. Ils achètent la plus grosse maison, la plus grosse Porsche, le plus de vêtements de luxe, mais ne réfléchissent pas au long terme. Les anciennes fortunes, elles, font des investissements sécurisés, calculés... Ceux-là savent ce qu'ils gagnent et ce qui leur rapporte ou non. » Et ce qui n'intéresse pas Marine Girard non plus, c'est de jouer les dames de compagnie. « Je refuse de faire du shopping avec mes clientes pour porter leurs sacs ou prendre le thé avec elles pour papoter. Beaucoup de gens très riches sont terriblement seuls et attendent ça. Mais ce n'est pas mon métier. » Quant à William Allais, il observe pour sa part une quête de spontanéité dans les nouvelles pratiques de consommation de cette population. « Ce que l'argent achète, au fond, c'est le droit de ne pas avoir à anticiper, de ne pas considérer les délais ou l'attente et la frustration qui en découle. Cette improvisation-là est devenue le marqueur de luxe le plus discret et le plus puissant. » Quinze voitures de luxe à Miami, un yacht, un hélicoptère et une circulation à interrompre : Olivia Ferny n'a eu que quarante-huit heures pour transformer ce fantasme en réalité. Comme s'il fallait, pour ces ultrariches, sans cesse défier les limites de leur pouvoir... et du temps. ●

* Alizée Delpierre publie le 27 août « Comme des esclaves.

Vivre la surexploitation et s'en libérer », aux Éditions La Découverte.



1. La série *The White Lotus* est une satire de la haute société américaine en villégiature dans des palaces. 2. *Succession* dissèque les luttes entre les héritiers du tycoon Logan Roy (joué par Brian Cox, avec Sarah Snook). 3. Le film *Anora* conte les extravagances du fils d'un riche Russe qui s'entiche d'une strip-teaseuse (incarnés par Mark Eidelstein et Mikey Madison).

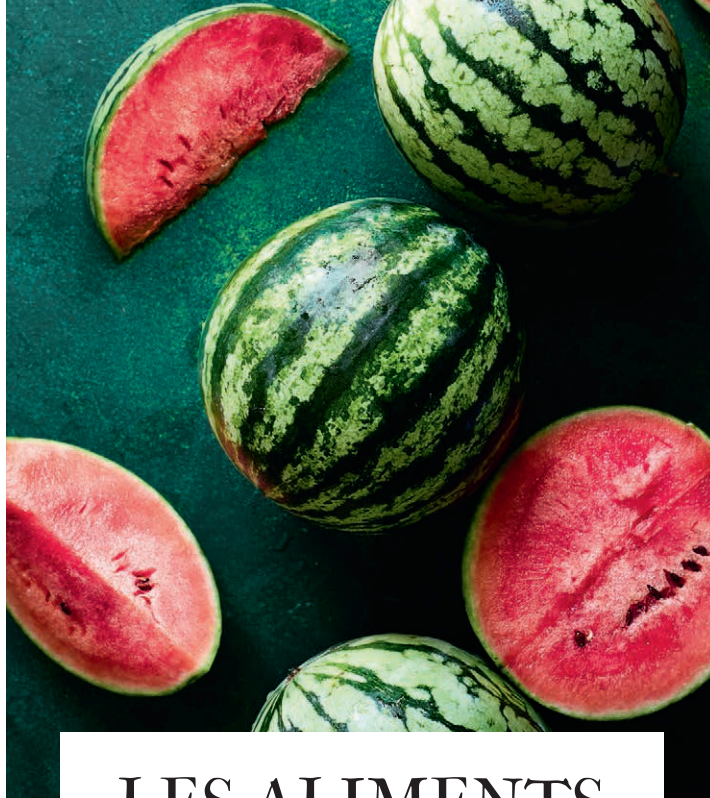
Qui dit vacances dit apéritifs, pique-niques, salades de crudités, grillades et glaces à répétition. Des aliments emblématiques de l'été, mais dont il faut parfois se méfier. La saison estivale peut en effet être une zone à risque pour notre système digestif, informe régulièrement la nutritionniste Sophie Janvier sur son compte Instagram ou dans son livre *. Cette dernière met notamment en garde contre les « Fodmaps » contenus dans bon nombre d'aliments consommés l'été. Cet acronyme anglais découle de « Fermentable Oligo-, Di-, Mono-saccharides and Polyols », quatre familles de sucres qui ont tendance à fermenter dans notre système digestif. Des sucres complexes mal absorbés par l'intestin grêle, et dont la dégradation au sein du côlon provoque beaucoup de gaz et de toxines à l'origine de douleurs digestives.

L'OIGNON

Il est à la fois un légume et un condiment, et agrmente souvent nos salades estivales. Problème : il contient beaucoup de fructose, un Fodmap qui peut entraîner des douleurs intestinales. L'alternative ? « Consommer les tiges vertes de l'oignon nouveau, bien moins riches en Fodmaps », recommande la nutritionniste.

LES FRITES

Délicieuses et salées, il faut pourtant se méfier de celles des snack-bars sur les plages, « souvent cuites ou réchauffées dans des huiles dégradées », souligne Sophie Janvier. Ces huiles contiennent des « composés polaires nocifs pour la santé » et présentent un risque de nausées, de lourdeur, de diarrhée ou encore d'intoxication alimentaire.



LES ALIMENTS de l'été nous font-ils toujours du bien ?

NOS HABITUDES ESTIVALES PEUVENT ÊTRE AGRESSIVES POUR LE SYSTÈME DIGESTIF. CONSEILS DE PRO POUR SE DÉLECTER EN DOUCEUR.

LES GLACES À BASE DE LAIT

La diététicienne-nutritionniste met en garde contre les glaces riches en lactose, « qui peut entraîner intolérance et troubles du transit ». De plus, certaines glaces industrielles ou pseudo-artisanales sont riches en émulsifiants et additifs controversés. Sophie Janvier conseille plutôt les sorbets artisanaux « aux listes d'ingrédients courtes ».

LA PASTÈQUE

Fruit d'été rafraîchissant par excellence, la pastèque est très riche en Fodmaps, « qui peuvent entraîner gaz, diarrhée et ballonnements chez les personnes aux intestins sensibles ». Pour éviter les dégâts, « testez en petite quantité et avisez », conseille la spécialiste.

LE POISSON CRU

En ceviche ou en tartare, on l'adore quand il fait chaud. Mais attention, « le poisson cru présente un risque de contamination bactériologique si la conservation est douteuse », met en garde Sophie Janvier. Pour s'en prémunir, une règle simple : consommer du poisson cru acheté chez un professionnel de confiance.

LES CERISES, PRUNES & PÊCHES

Ces fruits à noyaux regorgent de Fodmap, en particulier de polyols, « qui peuvent entraîner douleurs abdominales et diarrhée chez les personnes souffrant du syndrome de l'intestin irritable », explique la diététicienne. On privilégie plutôt les fruits rouges : framboises, myrtilles...

LES MARINADES

Elles subliment une viande, mais présentent un risque bactérien élevé si on les réutilise dans une salade, par exemple. « Toujours bien cuire les marinades utilisées pour les viandes et poissons crus, ou alors on jette ! », insiste Sophie Janvier.

LES CRUDITÉS

En apéro, en entrée ou entre les repas, les légumes crus sont sains et riches en micronutriments. Ils contiennent cependant des fibres insolubles : « Consommés en excès ou mal mastiqués, ils peuvent être difficiles à digérer », prévient la diététicienne. Son conseil pour une digestion paisible : alterner légumes crus et cuits, et veiller à une bonne mastication. ●

* « La méthode douce pour mieux manger », de Sophie Janvier, Éditions Leduc.