



TECHNIKART

RESERVOIR STONES
LES BIJOUX AUTREMENT



COLLECTION AL THANI
BIJOUX DYNASTIQUES

HIVER 2025-2026

EXQUIS !

Avant les empires, avant les trônes, avant même l'écriture, il y eut les pierres : offrandes de la Terre, cristallisées dans ses profondeurs pendant des millions d'années et remontées à la lumière comme les témoins d'un temps qui nous dépasse largement. Nos ancêtres les ont ramassées, polies et puis portées, non pour leur valeur marchande (qui n'existait pas encore), mais pour leur pouvoir – ou du moins, ce qu'ils croyaient être leur pouvoir.

Le bijou n'a jamais été innocent. Il a toujours été magique avant d'être précieux. Puis il est devenu un biais de communication redoutable : les impératrices le savaient, les maharajas aussi. Leurs colliers n'ornaient pas, ils déclaraient. Ils imposaient. La beauté était une arme politique ; et elle l'est encore, ne nous y trompons pas.

Mais le bijou raconte aussi autre chose : le temps. Un collier traverse trois siècles pendant que nous, nous n'achevons qu'une vie. Une pierre demeure quand les empires se défont. C'est peut-être ce qui fascine autant les collectionneurs d'aujourd'hui. Dans un monde où tout s'évapore (monnaies, certitudes, promesses), le bijou reste. Il ne promet pas seulement la beauté : il contredit l'impermanence.

Notre époque lui a ajouté une couche supplémentaire, moins romantique : la spéculation. Le bijou n'est plus seulement un talisman ou un héritage ; il s'est aussi mué en actif, en placement, en opportunité d'arbitrage. Le marché est devenu mondial, presque liquide. Les enchères s'envolent, les Freeports s'emplissent. Sous le velours des écrins se cache une tension très contemporaine : passion contre rendement. Beauté contre IRR – *Internal Rate Return* ou « Taux de rentabilité interne d'un investissement ».

Et puis il y a ce paradoxe qui traverse toute possession : nous croyons avoir, mais c'est l'objet qui finit par nous posséder.

C'est justement cette tension que nous explorons dans ce numéro. Le destin fou du collier de Patiala, dispersé puis réassemblé pièce par pièce. Le regard singulier de Marisa Berenson sur sa propre création. L'audace de l'exposition Al Thani. Des histoires où le bijou n'est jamais neutre, jamais anodin. Parce que le collier dont vous héritez ne vous appartient pas vraiment ; vous n'en êtes que le gardien provisoire, qu'on le veuille ou non.

On tente de nous submerger d'avatars numériques et de fortunes sans tangibilité. Nous avons choisi, nous, de vous offrir du réel : du papier, des pierres et des trésors célébrant une matière qui résiste ; une vérité qui pèse, littéralement.

Alors peut-être est-il temps de reposer la question : faut-il investir dans l'éphémère ou dans le caillou ?

La réponse se trouve peut-être dans ce que vous tenez entre les mains.

Assiya Shabi



L'Étoile de Golconde, collection Al Thani, diamant de 57,31 carats.

SOMMAIRE

HIVER 2025-2026



Couverture :
Photo collection Al Thani

JOYAUX DYNASTIQUES	3	MESSIKA - STANISLAS DE QUERCIZE	12
LES DISPARUS DE LA JOAILLERIE	4	MODE ET BIJOUX	13
MARISA BERENSON	7	MAZARIN	14
LES ATELIERS DE L'IMPOSSIBLE	8	BIJOUX & FANTAISIES	15
LA JOAILLERIE FRANÇAISE	10	HORS SYSTÈME	16



TECHNIKART SPÉCIAL « BIJOUX-BIJOUX » • 9, rue Mandar 75002 Paris • Éditeur Fabrice de Rohan Chabot (fchabot@technikart.com) • Rédactrice en chef : Assiya Shabi, Rédacteurs : Louis Bretagne, Armand Louis Cazanova, Katinka, Juliette Dana • Direction artistique Frédéric Fleury • Photo de couverture Collection Al Thani • Secrétaire de rédaction Valérie Tougaard - Administratrice Laurence Gaubert • Service de distribution (réservé aux diffuseurs) ventes@technikart.com • *Technikart* est édité par YAKART. *Technikart* est membre du réseau des Entreprises-Artistes, initié par l'artiste Yann Toma depuis 2006, et de l'équipe de Recherche Art & FLux (Art, Économie, Sciences Politiques) Institut ACTE de Paris 1 Panthéon Sorbonne. • Ne pas jeter sur la voie publique - Supplément offert avec le mensuel *Technikart* numéro 295, et gratuitement en digital décembre-janvier 2025 • Imprimé par ILD - N° ISSN: 1162-873.

PARTENAIRE OFFICIEL : YUKUNKUN

JOYAUX DYNASTIQUES

Les pierres ont une mémoire plus longue que la nôtre



À l'hôtel de la Marine, là où Louis XVI conservait jadis les bijoux de la Couronne, Amin Jaffer réactive une vérité que les musées européens avaient soigneusement mise sous silence : les pierres précieuses ne se contentent jamais de raconter l'histoire d'un pays. Elles content les routes, la beauté, les batailles, les échanges, les transferts de pouvoir, le monde.

Dans une salle sombre, un diamant conséquent repose sous une lumière millimétrée. À première vue, il semble européen, parce que nous avons appris à reconnaître comme « européens » des codes taillés ailleurs. Amin Jaffer montre du doigt l'essentiel : Golconde. Sud de l'Inde. Berceau des diamants les plus célèbres de l'histoire. Et soudain, on prend conscience que ce précieux n'est pas européen mais un composite de mondes qui s'absorbent. Et tout l'enjeu est là.

LA OÙ LES MUSÉES SEGMENTENT, LES OBJETS RELIENT

Romanov, Bourbon-Parme, Mellerio : une Europe toujours traversée.

La section russe approfondit le propos. Les Romanov déploient un faste impressionnant : Kokochniks en diamants, vêtements incrustés de gemmes, coiffures scintillantes. À première vue, c'est la quintessence de l'identité impériale russe. En réalité, tout y circule : formes inspirées de traditions locales, techniques empruntées à Paris ou à Londres, pierres venues d'Asie ou d'Amérique.

Les aquarelles de Winterhalter, tsarines danoises devenues souveraines russes, montrent cette porosité dans toute sa clarté. Les bijoux qu'elles portent sont français, russes, parfois même héritiers de codes moghols. On comprend alors que le luxe impérial n'a jamais été un système fermé, mais un perpétuel trafic d'influences.

La broche rose de la princesse Mathilde, signée Mellerio en 1864, en est un autre exemple parfait :

née dans le Paris impérial, elle termine sa vie dans la haute société new-yorkaise avec Grace Vanderbilt. Chaque porteur réinvente l'objet.

Aucune dynastie ne se suffit à elle-même. Tout se réinterprète.

LA CONVERSATION AVEC AMIN JAFFER TRAVERSE TOUTE L'EXPOSITION

Les questions que nous lui posons prennent ici une densité nouvelle.

Quelle a été l'impulsion intellectuelle initiale derrière la collection Al Thani ?

A-t-elle été conçue, consciemment ou non, comme un contre-récit aux collections occidentales dominantes ; peut-être une forme de rééquilibrage culturel ?

La collection Al Thani reflète le goût et la vision de Son Altesse le cheikh Hamad ben Abdullah Al-Thani, qui en est la force motrice, et rassemble des œuvres allant du monde antique à nos jours. Elle est encyclopédique dans son approche, faisant écho à nombre de grandes collections historiques, et reflète des goûts esthétiques larges et des intérêts intellectuels qui traversent les cultures et les époques. De la Chine sous la dynastie Han, à la Mésopotamie olmèque et à l'Iran safavide, jusqu'à la Russie des Romanov, les îles du Pacifique et l'Arctique, elle célèbre la créativité et le pouvoir universel de l'art à travers les âges.

Comment définiriez-vous la mission de la collection au-delà de l'accumulation de chefs-d'œuvre ?

Y a-t-il une ambition philosophique ou pédagogique qui guide sa curation ?

La collection Al Thani est largement partagée avec le public à travers des expositions, des prêts, des publications, des séminaires et d'autres événements éducatifs. Ce sont des projets hautement conçus, souvent collaboratifs, qui mettent en lumière des sujets peu étudiés et qui défendent l'échange ouvert entre les cultures. Ces dix dernières années, la collection a été montrée dans le cadre d'expositions temporaires dans des musées internationaux, dont le Metropolitan Museum of Art à New York, le Victoria and Albert Museum à Londres, et le Musée national de Tokyo. L'intention a toujours été de trouver un lieu davantage adapté où la collection pourrait être partagée sur le long terme et, en 2021, suite à un accord de longue durée entre la Fondation de la collection Al Thani et le Centre des monuments nationaux (CMN), un espace muséal dédié a été ouvert à l'hôtel de la Marine. Depuis, en plus de présenter des œuvres de la collection, nous avons organisé ici des expositions en collaboration avec le musée Calouste-Gulbenkian à Lisbonne, la Ca' d'Oro à Venise et, plus récemment, le Victoria and Albert Museum à Londres.

Exposer une collection qatarienne dans l'ancien garde-meuble de la Couronne, où reposaient autrefois les bijoux de la Couronne de France, porte une charge symbolique puissante. Comment interprétez-vous ce dialogue entre espaces, histoires et souverainetés ?

La création de cet espace à l'hôtel de la Marine est le fruit d'une heureuse coïncidence. L'idée a été

présentée au cheikh Hamad par le prince Ayn Al-Ahmad Khan, grand collectionneur d'œuvres d'art françaises du XVIII^e siècle, qui suivait de près le projet de restauration de ce bâtiment emblématique. Étant donné le lien de toujours du cheikh Hamad avec la France et ayant été inspiré par l'histoire et la culture françaises depuis sa jeunesse, il semblait relever du destin que des pièces maîtresses de sa collection puissent être montrées dans un bâtiment historique au cœur de Paris et commandé par Louis XV pour conserver et exposer les collections d'art des souverains de France.

Certains critiques évoquent la notion de « museum washing » concernant les institutions culturelles du Golfe. Comment répondez-vous à cela et quelles idées reçues souhaiteriez-vous corriger ?

La collection Al Thani est une initiative privée, non un projet d'État. Elle se concentre sur le développement de projets remarquables avec des institutions publiques et privées internationales, et sur l'offre d'expositions de haute qualité à l'hôtel de la Marine, accessibles au plus grand nombre de Parisiens et de visiteurs de la capitale française.

Depuis quelques années, on voit les musées bouger : le V&A réécrit ses légendes, le MET enrichit ses cartels... ; la *global history of art* s'impose progressivement. Le travail de Jaffer accompagne ce basculement. Il ouvre des espaces où l'on peut enfin penser les circulations, les influences croisées, les hybridations, sans être cantonné dans une case « études périphériques ».

Assiya Shabi

LES DISPARUS DE LA JOAILLERIE

Enquête sur les bijoux invisibles

Octobre 2025. Entre 9 h 30 et 9 h 37, neuf bijoux de la Couronne sont dérobés. Les voleurs sont arrêtés; les bijoux, eux, se sont volatilisés. Ce fait divers a ouvert une brèche; il nous a conduits sur la piste d'autres disparitions plus anciennes et plus spectaculaires: celles des grands bijoux dont l'existence est attestée, dont la perte est documentée, mais dont la trace s'est dissoute dans l'Histoire.

UN MILLIARD D'EUROS

C'est la valeur minimale de ces trésors invisibles. Colliers démontés dans la panique d'une révolution, diamants retaillés pour effacer une provenance compromettante, pièces impériales dispersées entre vitrines de musée, coffres privés et ports francs.

De Versailles à Téhéran, de Pékin à Moscou, nous avons cartographié ces presque oubliés, ces bijoux que l'on devine encore dans les archives, mais que personne n'a revus. Enquête sur les objets les plus désirés, les plus convoités et les plus invisibles de la planète.

PARIS, 1785: LE COLLIER DU SCANDALE

Le collier de Marie-Antoinette n'a jamais effleuré sa peau. Et pourtant, c'est lui qui scellera son destin. À l'hiver 1785, une intrigue digne d'un roman noir secoue la cour: un cardinal en quête de rédemption et une virtuose du mensonge, Jeanne de La Motte, et puis un collier démesuré: 647 diamants, 1,6 million de livres – le prix de trois frégates. Dans les salons

dorés, la rumeur enfle. Dans les rues, elle dévore déjà la monarchie. À Versailles, les bruits courent: que la reine dépense, qu'elle manipule, qu'elle dissimule alors qu'elle n'a jamais vu le collier autrement que dans les pamphlets. Et le bijou, lui? Il disparaît. Démonté en janvier 1786, pierre par pierre puis celles-ci dispersées à Londres, où elles changent de mains très facilement. Depuis, aucun de ces diamants n'a été formellement reconnu. On murmure qu'ils dorment dans des parures anglaises, retaillés et devenus anonymes au fil du XIX^e siècle, débarrassés de leur scandale comme un secret trop lourd à porter. Huit ans plus tard, Marie-Antoinette monte à l'échafaud. Et, quelque part dans le monde, les 647 diamants du collier fantôme scintillent encore.

ASHANTI: L'HÉRITAGE QUI DÉRANGE

Lors de la troisième guerre anglo-Ashanti, les troupes britanniques entrent à Kumasi et pillent la capitale. Trônes en or, *regalia* royaux, masques, bracelets, parures cérémonielles: les symboles matériels d'un pouvoir africain autonome deviennent des « prises de guerre ». Une partie est immédiatement intégrée aux collections du British Museum et du Victoria & Albert Museum, où l'encadrement du musée transforme le butin en « patrimoine universel ». L'autre partie, à savoir des dizaines d'objets sacrés, disparaît dans les bagages des officiers, dans ce flou juridique qui permet, encore aujourd'hui, de les qualifier d'« héritage familial ». On pourrait estimer le butin à 350 millions d'euros, si l'on recoupe les données de l'Unesco et des études sur l'or royal Akan. Depuis un siècle et demi, cette fiction perdure: les descendants d'officiers mettent régulièrement en vente, sur le marché de l'art européen, des pièces issues du sac de Kumasi, présentées non comme des spoliations mais comme des souvenirs privés. Après des années de négociations, le Ghana a obtenu le prêt, limité et réversible, de plusieurs objets emblématiques. Non la restitution mais le prêt... Un mécanisme diplomatique qui permet de reconnaître l'importance symbolique des objets, sans remettre en cause la légitimité de leur détention. Quant aux bijoux manquants, ils demeurent invisibles, disséminés dans des coffres privés britanniques.

LE BLEU DE FRANCE: VINGT ANS DE SILENCE

Lorsque le garde-meuble royal est pillé en septembre 1792, le Bleu de France (67,125 carats d'un bleu violet exceptionnel) disparaît avec d'autres symboles de la souveraineté monarchique. La Révolution ne met pas seulement fin à un régime: elle disperse aussi les représentations matérielles de son pouvoir. Pendant vingt ans,



Diadème en forme de kokóshnik, autrefois porté par l'impératrice Maria Feodorovna, épouse de l'empereur Paul I^{er}, se distinguant par un diamant rose extraordinaire de 13,35 carats en son centre. Autour de cette pierre souveraine scintillent 175 grands diamants et plus de 1 200 diamants plus petits, composant une architecture d'une rare opulence. Il est un des rares diadèmes à avoir survécu à la révolution russe.



Le collier fantôme de Marie-Antoinette, 647 diamants dispersés en 1786. Démonté à Londres, ses pierres dorment peut-être encore dans des parures anglaises, anonymes et sans mémoire.



Trésor royal Ashanti pillé à Kumasi, 1896-1900. Des symboles sacrés du pouvoir Akan devenus « héritage familial » d'officiers britanniques. Le Ghana négocie encore leur retour, obtenant des prêts, mais jamais de restitutions.

aucune archive ne mentionne le diamant. Son absence devient un vide politique autant qu'un mystère symbolique.

En 1812, à Londres, un diamant bleu de 45,52 carats apparaît dans l'inventaire du banquier Henry Philip Hope.

Même couleur, même fluorescence rouge, même signature optique : tout indique une continuité directe. Mais avec une masse réduite d'un tiers, le diamant a été reconfiguré afin d'échapper à toute revendication ultérieure. En 2009, le GIA confirme que le Hope provient presque certainement du Bleu de France retaillé. La trace matérielle est claire, mais la trajectoire historique reste volontairement floue. La question centrale demeure : où sont les 21,6 carats manquants ?

Plusieurs hypothèses émanent mais aucune ne peut être vérifiée et cette impossibilité n'est pas neutre : elle protège le statut actuel du Hope. Petite mention pour sa valeur actuelle, le Bleu de France représenterait entre 250 et 350 millions d'euros, selon les estimations gemmologiques basées sur les diamants bleus historiques.

PÉKIN, 1900 : LE PILLAGE INVISIBLE

En 1860, puis de nouveau en 1900, lors de la révolte des Boxers, le palais d'Été est pillé par huit puissances étrangères.

Les récits évoquent des ornements Qing démontés, des parures de l'im-

pératrice Cixi dispersées, des bijoux du trône introuvables. L'Unesco parle de « centaines de milliers d'objets » emportés.

Mais où sont-ils ? Une partie a intégré les musées européens sous des étiquettes imprécises, une autre a circulé chez Christie's jusqu'aux années 2000, le reste s'est dissous dans les collections privées et le marché gris de Hong Kong.

En 2009, deux têtes de bronze du palais d'Été sont vendues 28 millions d'euros par Pierre Bergé, malgré les protestations de Pékin. Et si ces bronzes sont traçables, les bijoux, démontables le sont beaucoup moins.

Le pillage du palais d'Été n'est pas une affaire close : c'est un puzzle sans inventaire, dont la plupart des pièces n'ont jamais refait surface.

ROMANOV : L'IMPOSSIBLE PUZZLE

La chute des Romanov laisse derrière elle des éclats plutôt qu'un récit. On sait que des diamants étaient cousus dans les corssets des grandes-duchesses, que certains ont ralenti les balles et que les gardes ont récupéré des bijoux – dont une partie, l'équivalent de 125 à 200 millions d'euros actuels, s'est volatilisé dès les premières heures : tiare d'Alexandra, diadème de Tatiana, broches Fabergé.

Quelques années plus tard, l'Europe voit surgir des « Romanov » en vente : authentiques, recomposés ou totalement inventés pour nourrir un

marché devenu mythologique.

Sans inventaire complet (archives lacunaires, confiscations mal documentées, ventes soviétiques opaques), chaque pièce relève davantage de l'hypothèse que du fait.

Le résultat est un puzzle sans contours : une moitié disparue, l'autre retaillée au point de perdre sa mémoire. Un siècle plus tard, les bijoux Romanov circulent toujours, mais aucun ne permet de reconstituer ce qui a été perdu, de suivre leurs trajectoires.

MOSCOU, 1945 : TROIE EN SUSPENS

Sous les ruines stériles d'Hissarlik (Turquie), l'homme d'affaires allemand Heinrich Schliemann exhume 8 700 éclats d'or en 1873. Diadèmes, filigranes, spirales : le trésor de Troie revoit le jour. Puis vient 1945 ; l'Armée rouge entre dans Berlin et le trésor fait ce qu'il a toujours fait dans l'Histoire : il disparaît. Aucun registre, aucun témoin, juste un vide. Quarante-huit ans plus tard, en 1993, le musée Pouchkine révèle qu'il le possédait depuis toujours, comme si le trésor n'avait consenti à réparaître qu'au moment choisi. Mais ce n'est pas le trésor en entier : des colliers manquent ; des fragments se sont volatilisés... Trois pays se disputent maintenant les restes : la Turquie, l'Allemagne et la Russie. Mais la vérité est ailleurs : Troie n'abandonne jamais ses secrets. Elle les déplace. On estime aujourd'hui que

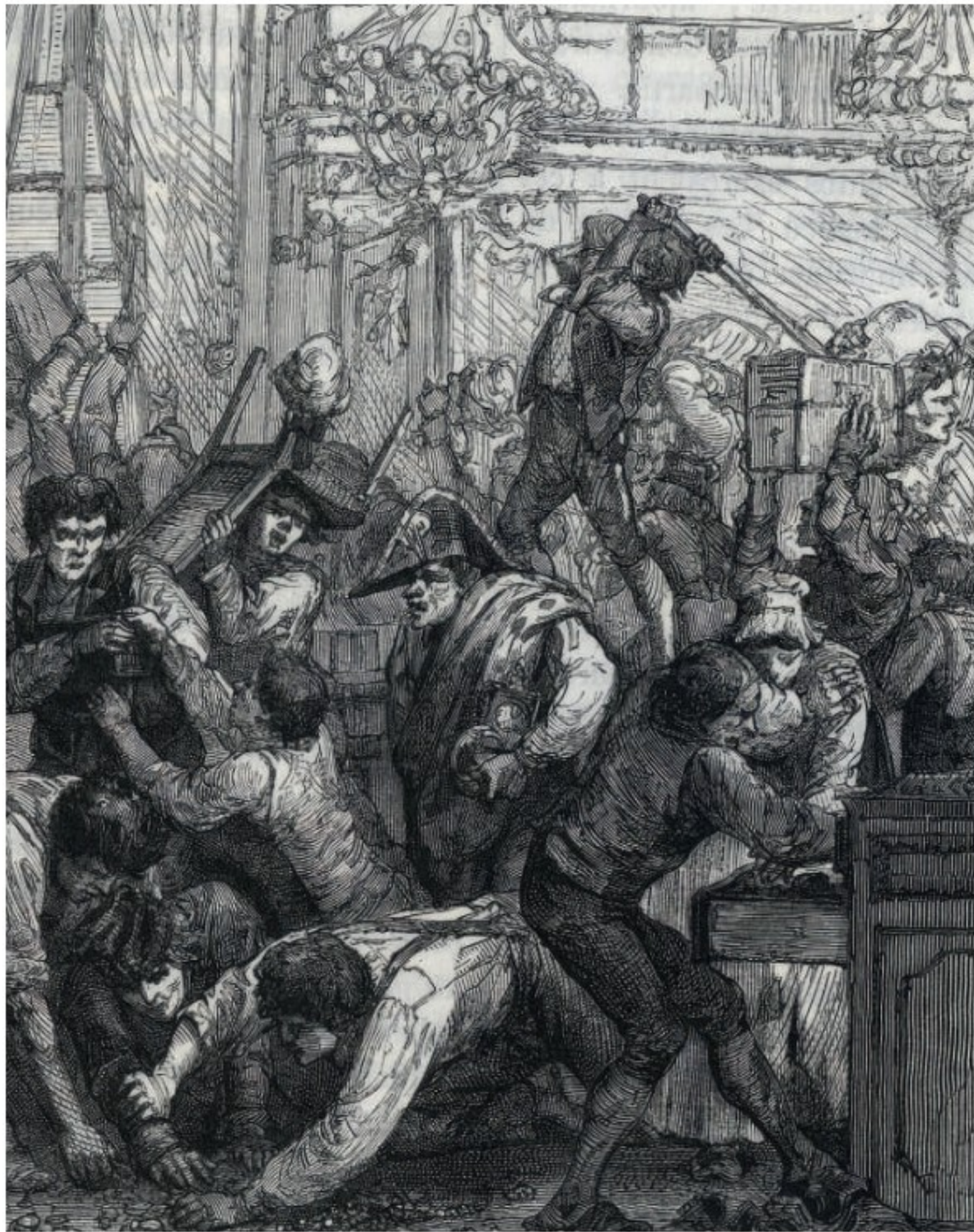
le trésor de Troie vaudrait entre 300 millions et 500 millions d'euros.

TÉHÉRAN, 1979 : L'INVENTAIRE SECRET

Officiellement, les bijoux de la Couronne d'Iran n'ont jamais bougé. Ils dormiraient toujours, intacts, dans les sous-sols de la Banque centrale de Téhéran. C'est la version que l'on répète – celle qu'aucun document ne prouve. Car, à l'aube de 1979, lorsque le shah s'enfuit et que la République islamique s'installe, un détail disparaît aussi : les inventaires publics. Ceux d'avant la révolution n'ont jamais été publiés ; ceux d'après n'existent pas vraiment. Entre les deux, un trou noir administratif hautement pratique. Pourtant, quelques certitudes subsistent. Le Darya-i-Noor, diamant rose de 182 carats, est toujours là. Visible. Exhibé. Comme une pièce-totem destinée à rassurer.

Mais le reste ? Personne ne peut l'affirmer. Aujourd'hui encore, les coffres sont fermés, les registres absents, les chiffres ne circulent qu'en silence. Pourtant, ces bijoux que l'on ne peut ni compter ni voir, continuent d'assurer une fonction bien réelle : depuis 1937, ils servent officiellement de sous-jacent au rial, garantie monétaire de la Banque centrale iranienne. Une économie tout entière repose ainsi sur un trésor dont personne ne peut prouver l'existence complète. Mais cette opacité n'est pas un accident : c'est une stratégie, une manière de





Garde-meuble royal, nuit du 11 septembre 1792. Le Bleu de France disparaît avec les bijoux de la Couronne. Vingt ans de silence. Puis, en 1812, un diamant bleu « apparaît » à Londres, réduit d'un tiers. Les 21,6 carats manquants ? Quelque part, dans d'autres bijoux. Ou nulle part.



Gravure du XVIII^e siècle de l'escroque Jeanne de La Motte, cerveau de « l'Affaire du collier », en 1785. Elle fait croire au cardinal que Marie-Antoinette veut le collier : 647 diamants, 1,6 million de livres. Les pierres ? Dispersées, retaillées, blanchies. Marie-Antoinette n'a jamais vu le collier. Mais c'est lui qui la tuera.

préservé l'aura d'un trésor qui ne peut être ni montré, ni compté – peut-être parce qu'il ne serait plus complet. Dans cette affaire, ce qui manque le plus n'est peut-être pas les bijoux ; c'est la vérité.

LE MARCHÉ FANTÔME

Derrière les vitrines des musées et les catalogues des maisons de vente, il existe un autre marché, tentaculaire, qui brasse jusqu'à 6 milliards de dollars par an selon les estimations de l'Unesco, d'Interpol et d'Europol, dont une part concerne les bijoux historiques. Un marché structuré par des circuits parallèles, hors taxes, hors frontières, hors questions.

Le cœur de ce système bat dans les ports francs, ces zones extra-douanières où l'on peut stocker de l'art, des diamants, des parures impériales... sans inventaire public et sans obligation de déclaration fiscale. À Genève, on parle de 1,2 million d'objets et de plus de 100 milliards de dollars d'œuvres, pierres et artefacts. Au Luxembourg, le Freeport imaginé par Yves Bouvier (figure centrale de l'affaire Rybolovlev) a ouvert la voie. À Singapour, les bijoux dorment carrément dans des coffres climatisés,

enveloppés d'air filtré, loin du regard de tout État.

Dans ce monde-là, une loi tacite règne : on ne demande rien, on ne dit rien ; car un détail juridique facilite les disparitions : la prescription acquisitive. Selon les pays, après dix à trente ans, un objet volé peut devenir une propriété « légitime ». Un bijou du XVIII^e siècle, sans provenance et resté trente ans dans un port franc, peut ressortir blanchi, presque innocent. L'autre secret du marché fantôme, c'est le blanchiment. Selon le Financial Action Task Force (FATF, ou Groupe d'action financière, Gafi), 2 à 5 % du marché de l'art sert à recycler de l'argent sale. Techniques classiques : surfacturation, sous-facturation, transactions croisées, sociétés offshore (les *Panama Papers* et *Pandora Papers* en sont pleins). Ce système n'a pas besoin de grottes ni de corsaires mais seulement des coffres climatisés, des *compliance officers* [spécialistes de la gestion des risques et des aspects juridiques, NDLR] et beaucoup de silence. Les bijoux « disparus » ne disparaissent pas : ils circulent, entre Genève, Singapour, Monaco, dans un réseau discret où aucun inventaire ne croise jamais aucune question.

QUELQUES AFFAIRES QUI ONT FISSURÉ LE SILENCE

- Subhash Kapoor : 2 600 objets volés ; valeur estimée à 143 millions de dollars ; condamné à dix ans de prison.
- Yves Bouvier vs Dmitri Rybolovlev : accusation de surfacturation d'un milliard de dollars sur 38 œuvres, avec un usage massif des ports francs de Genève et Singapour.

LA BEAUTÉ SOUS SCELLÉ OU PAS

Parfois, les fantômes remontent à la surface. En 2012, la police allemande découvre 1 500 œuvres dans l'appartement du collectionneur d'art germano-autrichien Cornelius Gurlitt, à Munich ; un musée clandestin, dont certaines pièces ont été volées par les nazis.

En 2015, un Van Gogh dérobé en 2002 réapparaît chez un mafieux italien, posé nonchalamment près d'un téléviseur.

Même les trésors légitimes ont leurs zones d'ombre : le Winston Pink Legacy (18,96 carats), vendu 50 millions de dollars, était resté sous-estimé par la famille Oppenheimer pendant des générations. Un

diamant, même à découvert, peut être un secret.

Alors combien de bijoux « disparus » circulent aujourd'hui sans que personne ne reconnaisse leur passé ? Un gemmologue de l'Institut suisse de gemmologie SSEF le résume sèchement : « *Probablement des centaines. Un diamant retaillé repart de zéro. Pas de mémoire cristalline. Il devient vierge.* » Les bijoux perdus ne sont pas de vrais disparus. Ce sont des omissions de l'histoire mondiale, des enquêtes qui refusent de s'ouvrir.

Ils valent peut-être un milliard d'euros au moins. Personne ne sait où ils sont. Mais quelqu'un, quelque part, les porte peut-être en ce moment même.

Assiya Shabi

Sources : Archives nationales (France) • GIA • Unesco • Art Loss Register • Interpol • Sotheby's/Christie's • Smithsonian Institution • British Museum • FATF • *The Economist* • *The Guardian* • Bloomberg • NPR • Deloitte*
FATF 2023 : transactions en liquide, anonymat des acheteurs, ventes privées hors registres.

DE LA LUMIÈRE DE LA PÉLICULE À L'ÉCLAT DE LA PIERRE

Tout dans la vie de Marisa Berenson est « spirituel », profondément spirituel comme appartenant à tout un univers fait de connaissances intenses, de recherches perpétuelles.



Marisa Berenson

Marisa croit en « Dieu », aux anges, aux énergies divines qui sont partout, à la réincarnation avec un travail intérieur qui ne la quitte jamais, à la manière d'un théosophe dans une harmonie ordonnée.

Marisa est l'être de la Lumière à la recherche d'un idéal, limite idéaliste. La beauté est sous toutes ses formes et la tête de chapitre de toutes ses vies éclectiques et passionnantes.

Ses bijoux en font partie, ses adresses planétaires et secrètes. Les belles mains qui y travaillent sont respectées comme des amis, une famille solidaire.

Marisa a bien connu sa grand-mère, Elsa Schiaparelli. Elle a même vécu avec elle, apprenant l'exigence d'une artiste qui régnait sur le monde des surréalistes et des dadaïstes. Elsa se trouvait laide et cachait en

elle des graines de fleurs pour qu'elles poussent et la rendent belle – dans son nez et ses oreilles. Marisa découvre sa beauté avec Diana Vreeland, devient Lady Lyndon avec Stanley Kubrick et Natalia dans *Cabaret* de Bob Fosse.

Les bijoux de Marisa Berenson incarnent son courage illimité et fascinant. Puisque Dieu existe, tout est possible. Et ses œuvres remportent un vif succès.

Es-tu plutôt hypersensible ou intuitive ?

Les deux, bien sûr.

As-tu beaucoup de rêves ?

Oui.

Et les ponts entre rêves et réalité sont-ils difficiles pour toi ?

Non.

Penses-tu qu'un esprit sain dans un corps sain est la meilleure solution ?

Pour moi, oui.

Tes bijoux sont-ils pour les filles comme pour les garçons ?

Oui, et pour moi, cela est important. Il s'agit de l'embellissement depuis la nuit des temps – qui nous manque souvent aujourd'hui.

Quelle forme d'énergies divines y a-t-il dans tes bijoux ?

L'acte d'amour, des symboles de la protection et de la chance.

Le bijou créatif est-il identitaire ou décoratif ?

L'habit ne fait pas le moine mais il

y contribue un peu quand même...

Crois-tu aux vertus énergétiques des pierres ?

Oui, lorsqu'elles sont respectées.

Bernard Berenson, ton grand-oncle philosophe et historien, t'a-t-il influencée ?

Il est dans mes gènes, comme l'est la Renaissance italienne.

Et les astres pour toi ? Ta grand-mère aimait la Grande Ours...

Les astres font partie intégrante de ma vie.

Katinka

Katinka, esthète, décoratrice d'intérieur et figure de l'art au charme singulier.

Dans ses mots comme dans ses décors, on retrouve la patine d'un monde à la fois distingué et fascinant.

LES ATELIERS DE

Comment les maharajas ont façonné la place Vendôme

Paris, 1925. Une commande particulière passe rue de la Paix, au siège de Cartier. Elle émane du maharaja de Patiala, Bhupinder Singh.

Louis Cartier ne sait pas encore que le maharaja lui remettra entre les mains l'équivalent de plusieurs trésors nationaux européens en pierres précieuses brutes pour la réalisation de cette commande : un collier qui marquera l'Histoire. Il ne sait pas que cette rencontre va transformer non seulement sa maison, mais réinventer le langage même de la joaillerie mondiale.

Ce qui va se produire dans les décennies suivantes, grosso modo entre 1890 et 1940, c'est une collision créative dont nous vivons encore les échos. Une fusion qui ne fut ni harmonieuse ni égalitaire, mais qui produisit certains des objets les plus fascinants de l'histoire de l'art décoratif.

Les conditions de l'impossible : genèse sur le timing

Le contexte indien ? Des princes déclassés en quête de réinvention. Après 1858 et la prise de contrôle direct par la Couronne britannique, les maharajas se retrouvent dans une position schizophrénique. Politiquement castrés mais financièrement opulents, ils cherchent de nouveaux lieux d'expression.

L'Occident devient leur nouveau terrain de jeu et de légitimation. Ils envoient leurs fils à Eton et Oxford. Ils chassent en Écosse, jouent au polo à Windsor, fréquentent les casinos de Monte-Carlo. Le maharaja de Kapurthala, Jagatjit Singh, se fait construire un palais copiant Versailles et parle parfaitement français. Mais il y a une tension fondamentale : ils veulent être reconnus comme égaux par les élites européennes, tout en affirmant leur différence culturelle. Les bijoux deviennent le médium idéal de cette négociation identitaire.

Le contexte parisien : une industrie du luxe en pleine mutation

La Belle Époque parisienne connaît une explosion de créativité. L'Art nouveau bouleverse l'esthétique. Les Expositions universelles (1889, 1900) ouvrent la France aux influences exotiques. Et le japonisme fait rage. Les grandes maisons cherchent de nouveaux marchés. L'aristocratie européenne s'appauvrit relativement. Les fortunes américaines (les Vanderbilt, les Rockefeller) com-

mandent déjà massivement. Mais les maharajas représentent quelque chose de plus alléchant encore : une clientèle habituée à un luxe que même les plus riches Occidentaux ne peuvent concevoir. Louis Cartier comprend que, pour séduire cette clientèle, il ne peut se contenter d'appliquer le style européen. Il faut une hybridation radicale.

Quand les joailliers deviennent ethnographes

En 1911, Jacques Cartier, frère de Louis, embarque pour l'Inde lors du *darbar* de Delhi [commémoration d'un nouveau monarque britannique au titre d'impératrice ou d'empereur des Indes, NDLR]. Officiellement, il est là pour vendre. En réalité, il vient apprendre. Il visite les ateliers de Jaipur où des générations d'artisans pratiquent les savoir-faire *Kundan* et *Meenakari*.

Il découvre les émeraudes mogholes gravées, les rubis sculptés en forme de feuilles et de fruits. Il est fasciné par la liberté formelle de ces bijoux l'asymétrie délibérée, les couleurs vibrantes juxtaposées sans le souci de l'harmonie tonale européenne, et la profusion ornementale.

Le choc esthétique est total. La joaillerie européenne de l'époque privilégie la géométrie, la symétrie, la mise en valeur de la pierre unique. Les bijoux indiens font l'inverse : accumulation maximale, couleur explosive, sculpture de la pierre elle-même.

Jacques Cartier achète des pierres mogholes anciennes, émeraudes, rubis, saphirs gravés de motifs floraux et de calligraphie persane. Il les ramène à Paris comme un trésor anthropologique.

L'atelier parisien face à l'impossible

Quand ces pierres arrivent rue de la Paix, elles posent un problème technique inédit. Comment les monter ? Les techniques de sertissage européennes sont conçues pour des pierres taillées à facettes, géométriques. Les pierres mogholes sont irrégulières, sculptées en relief, parfois percées.

Il est raconté que les artisans parisiens ont dû littéralement désapprendre avant de réapprendre.

Inventer des griffes asymétriques, des serrages sur mesure, des structures qui épousent la forme organique des pierres. C'est là une humilité rare dans l'histoire du luxe occidental : reconnaître que la technique indienne impose ses propres règles.

Le style « Tutti Frutti » : l'invention d'un nom

Le style ne s'appelle pas encore « Tutti Frutti » ; c'est un surnom apparu dans les années 1970, probablement créé par des journalistes de mode. Cartier parlait pudiquement de « bijoux hindous » ou « style indien ».

Mais le nom colle parfaitement : une salade de fruits précieuse. Des émeraudes sculptées en feuilles, des rubis en framboises, des saphirs en myrtilles, le tout suspendu à des

structures Art déco en diamants et platine. Le collier *Hindou* créé pour Daisy Fellowes (1936) reste l'apogée de ce style. Daisy Fellowes, héritière de la fortune Singer (les machines à coudre), francophile excentrique, commande un bijou qui doit choquer le gotha parisien.

Cartier lui livre un collier où pendent littéralement des cascades de fruits en pierres précieuses, émeraudes mogholes du XVII^e siècle sculptées en feuilles de vigne, rubis birmans taillés en baies. La structure qui les soutient est géométrique, platine et diamants – pur Art déco.

Le résultat est déstabilisant : ni indien ni européen. Les historiens du bijou le décrivent comme une pièce volontairement maximaliste, plus proche de la joie pure que du « bon goût » classique.



Bracelet Tutti Frutti de Cartier, créé dans les années 1920 en platine et serti d'un foisonnement de pierres sculptées : rubis, saphirs, émeraudes, onyx et diamants. Icônes de l'Art déco nourries de l'esthétique indienne, ces pièces rares incarnent le dialogue entre Paris et les maharajas. L'un des exemplaires les plus célèbres fut acquis par Linda Porter, épouse du compositeur Cole Porter, qui fit du Tutti Frutti l'un des bijoux signatures de son élégance cosmopolite.

L'IMPOSSIBLE

Van Cleef & Arpels : l'autre voie

Cartier n'est pas seul sur ce terrain. Van Cleef & Arpels aborde l'indianisme différemment.

Dès ses débuts, Van Cleef & Arpels séduit les souverains de l'Inde, attirés par l'audace parisienne. Parmi eux, Sita Devi, née en 1917, seconde épouse du maharaja de Baroda, est une figure flamboyante dont les bijoux étaient moins une collection qu'un royaume intime.

Elle aime transformer ses parures traditionnelles en créations modernes, passant par le Ritz avant de rejoindre la place Vendôme, puis de s'installer en France où elle fréquente naturellement les cercles internationaux.

Dans les années 1950, son dialogue avec Jacques Arpels donne naissance à des commandes d'exception. La plus célèbre : le collier *Hindou* (1950), composé exclusivement de pierres du trésor de Baroda. Treize gouttes d'émeraudes colombiennes, plus de 155 carats, s'y déploient autour d'un lotus central, serti d'émeraudes et de diamants. Un bijou qui célèbre le mouvement, la nature et l'autorité tranquille de Sita Devi.

Le problème des perles : un cas d'étude

Les maharajas prisent les perles du golfe Persique au-delà de tout. Le maharaja de Baroda possède un collier de sept rangs de perles parfaitement graduées – vingt ans de recherche pour les assortir.

Quand il demande à Cartier de le remonter dans un style contemporain, les artisans parisiens sont terrifiés. Toucher à cet agencement sacré semble une profanation. Compromis : ils créent une structure Art déco amovible qui peut s'insérer entre les rangs traditionnels. Le maharaja peut porter le collier en mode « traditionnel » lors de cérémonies religieuses, puis clipser les éléments européens pour les soirées parisiennes.

C'est du design d'interaction avant l'heure : un bijou qui change d'identité culturelle selon le contexte.

La dimension politique : qui domine qui ? Le piège de l'orientalisme

Le professeur de littérature comparée à la Columbia University de New York, Edward Saïd décrit dans *L'Orientalisme* (1978), comment l'Occident construit l'Orient comme spectacle exotique pour mieux le dominer intellectuellement. Les bijoux Cartier pour maharajas tombent-ils dans ce piège ? Oui et non.

Oui, parce que Cartier réifie certains clichés : l'Inde comme terre de profusion irrationnelle, de sensualité débridée. Les catalogues publicitaires montrent des maharanis languoureuses, des perles cascading sur des peaux ambrées. C'est un fantasme orientaliste classique, vendant du rêve aux Parisiennes.

Mais non, parce que les maharajas ne sont pas des victimes passives. Ils instrumentalisent cette relation. En commissionnant ces pièces, ils prouvent aux élites européennes qu'ils maîtrisent les codes occidentaux tout en affirmant leur différence. Le maharaja de Kapurthala est le maître du double jeu, Jagatjit Singh, qui incarne cette ambiguïté. Franco-phile absolu, il commande à Cartier des pièces Art déco pures – rien d'indien. Puis, lors du *darbar* de 1911 devant George V, il arrive vêtu en costume moghol traditionnel, couvert de bijoux ancestraux. Le message : « *Je peux être plus français que les Français, mais je choisis mon indianité quand ça me sert politiquement.* » Les bijoux deviennent des costumes d'identité interchangeables.

La naissance du « luxe global » : comment cela transforme le luxe

Avant cette rencontre, le luxe était territorial. Hermès, c'est français.

Asprey, c'est britannique. Les identités sont fixes. Les bijoux Cartier pour maharajas inventent quelque chose de nouveau : un luxe transculturel qui puise délibérément dans plusieurs traditions. C'est l'ancêtre direct du luxe globalisé contemporain. Aujourd'hui, quand LVMH achète Tiffany ou quand Kering possède Gucci, Balenciaga et des marques chinoises, ils suivent cette logique : le luxe comme synthèse d'influences multiples sous une marque ombrelle. Le style Tutti Frutti, cette profusion assumée, cette accumulation joyeuse, figure une esthétique qui explose au *xxi*^e siècle. Les influenceurs Instagram qui empilent 15 bracelets Cartier Love, des montres Rolex, des bagues Bulgari ; c'est du néo-Tutti Frutti. C'est l'idée que plus c'est trop, plus c'est réussi.

Des designers comme Alessandro Michele chez Gucci (2015-2022), resuscitent explicitement cette logique : mélanges d'époques, de cultures,

maximalisme joyeux. Ses défilés montrent des mannequins couverts de bijoux perlés, de broches animales, de bagues sur chaque doigt – pur héritage de maharaja.

Le retour en Inde : réappropriation contemporaine

Depuis les années 2000, les maisons indiennes comme Sabyasachi ou Amrapali, répondent en créant des pièces qui inversent cette logique : des structures traditionnelles indiennes (*Kundan*, *Meenakari*) mais avec une présentation minimaliste moderne, photographiées sur des mannequins à la peau claire dans des décors européens.

C'est le *reverse Orientalism* : l'Inde « exotise » l'Europe pour séduire une clientèle indienne nouvellement riche qui veut prouver sa sophistication globale.

Assiya Shabi



Collier de Patiala (réinterprétation Cartier, années 2000). Chef-d'œuvre monumental imaginé en 1928 pour le maharaja Bhupinder Singh de Patiala, ce bijou légendaire réunissait autrefois certains des diamants les plus spectaculaires du monde, dont le fameux diamant jaune De Beers de 234 carats. Retrouvé vidé de ses pierres dans les années 1990, il a été patiemment reconstitué par Cartier. Cette version reconstruite est présentée dans l'exposition « Joyaux dynastiques » de la Collection Al Thani au Musée de la Marine, rappelant la démesure et l'audace de la joaillerie princière indienne.

Le destin du collier de Patiala

Le collier créé par Cartier pour le maharaja Bhupinder Singh, en 1928, disparaît dans les années 1940. En 1998, un joaillier londonien le retrouve par hasard dans une boutique obscure, mais toutes les pierres majeures ont disparu, dont le diamant De Beers de 234 carats.

Cartier rachète la monture vide et, en 2002, la restaure avec des répliques en zircone cubique et cristaux. Cette pièce fantôme est aujourd'hui exposée dans leurs archives comme un monument à l'absence.

Question vertigineuse : où sont les vraies pierres ? Ont-elles été vendues une par une ? Retaillées ? Ou cachées quelque part par la famille de Patiala ?

Le scandale du démontage

Dans les années 1970-1980, des dizaines de pièces commandées par les maharajas sont démontées pour en revendre les pierres séparément – plus lucratives en pièces détachées qu'en bijoux complets.

Des maisons comme Christie's et Sotheby's sont complices, elles acceptent de vendre des « émeraudes mogholes anciennes montées par Cartier » sans poser de questions sur leur provenance.

Résultat : on a perdu la trace de la majorité de ces créations. On connaît leur existence par des photographies, des archives, mais les objets eux-mêmes sont dispersés dans l'invisibilité.

Ce qui fascine dans cette rencontre entre Cartier et les maharajas, c'est qu'elle ne fut jamais vraiment harmonieuse.

Les Français voyaient les Indiens comme des clients exotiques aux goûts excessifs. Les Indiens voyaient les Français comme des artisans talentueux mais culturellement superficiels. Personne ne se comprenait vraiment.

Et pourtant, de ce malentendu productif naissent les objets les plus fascinants du *xx*^e siècle. Parce que personne n'était entièrement aux commandes. Parce que chacun devait composer avec l'autre.

Les grands styles naissent peut-être toujours ainsi : non de la fusion harmonieuse, mais de la collision nécessaire. Le baroque est né de la Contre-Ré-

forme catholique affrontant l'austérité protestante. Le jazz est né de l'Afrique affrontant l'Europe dans les champs de coton américains. Le Tutti Frutti est né de l'Inde affrontant Paris sous le regard de Londres. Aujourd'hui, quand on voit ces bijoux derrière des vitrines de musée, silencieux, magnifiques, décontextualisés, il faut se rappeler qu'ils furent d'abord des armes diplomatiques, des déclarations politiques, des instruments de survie identitaire.

Ils étaient portés par des hommes qui avaient perdu le pouvoir de gouverner mais refusaient de disparaître ; créés par des artisans qui construisaient un empire commercial sur les ruines d'empires politiques.

Et peut-être que leur beauté vient précisément de là : de cette tension entre splendeur et déclin, entre affirmation et disparition, entre l'or qui brille et le sang qui coule toujours sous les pierres précieuses.

Les bijoux des maharajas nous regardent depuis leurs vitrines. Ils nous demandent : qui possède vraiment la beauté ? Celui qui l'a rêvée, celui qui l'a réalisée, celui qui l'a achetée, celui qui en a hérité, ou celui qui finalement la contemple, ignorant de toutes les violences qui l'ont produite ? Ils n'attendent pas de réponse. Ils brillent, indifférents, dans leur éternité d'objets.

LA JOAILLERIE FRANÇAISE

NE S'EXCUSE PAS DE PROSPÉRER !



Rencontre avec Bernadette Pinet-Cuoq, la femme qui a transformé un syndicat séculaire en machine de guerre économique

Bernadette Pinet-Cuoq n'aime pas le mot « crise ». Elle préfère « transformation ». Quand elle évoque la joaillerie française, ce n'est pas avec la nostalgie compassée d'une gardienne de musée, mais avec l'énergie d'une cheffe d'entreprise qui a passé vingt ans dans les tranchées industrielles de l'Ardèche, à faire tourner une usine de bijoux fantaisie, à négocier des fusions-acquisitions, à se battre pour l'attractivité d'un territoire rural.

Juriste de formation, elle n'était pas destinée à devenir présidente exécutive de l'Union française de la bijouterie, joaillerie, orfèvrerie, des pierres et des perles (UFBJP). Mais, après deux décennies à la diriger, elle connaît la partition : « Je me définis comme une cheffe d'entreprise. J'ai apporté à l'Union une logique d'équilibre, de développement. C'est une entreprise avec des valeurs, des objectifs, et surtout, un métier. » Un métier. Le mot revient sans cesse. Pas une industrie. Un métier.

L'héritière de la corporation

Pour comprendre le poids de ce terme, il faut remonter à 1867. Cette année-là, trois ans après le rétablissement de la liberté d'association en France, des joailliers décident de créer leur syndicat. « Ils étaient presque dans l'illégalité, raconte Bernadette. Mais ils avaient une urgence : transmettre, structurer, protéger leur savoir-faire. » Trois ans plus tard, ils fondent une école de bijouterie. Aujourd'hui, cette école s'appelle la Haute École de Joaillerie. C'est la plus ancienne institution européenne dédiée à l'art joaillier encore en activité.

Ce qui frappe, c'est la continuité : cent soixante ans après sa création, l'UFBJP reste fidèle à l'esprit des corporations d'Ancien Régime : « Chacun avait sa place, du plus petit artisan au groupe de luxe. L'entraide primait. La transmission était la règle. » Sauf qu'aujourd'hui, cette « holding du métier », comme elle l'appelle, ne gère pas seulement un syndicat. Elle détient la Haute École de Joaillerie



Bernadette Pinet-Cuoq, photographiée au siège de l'UFBJP, 58 rue du Louvre La femme, ou l'art de moderniser un syndicat historique sans renoncer à son âme.

(HEJ), le Laboratoire français de gemmologie, anime des clubs professionnels sur la sécurité, la RSE, la création, et bientôt l'intelligence artificielle.

Deux cents entreprises adhérentes, représentant 90 % de la profession. De la micro-entreprise créative aux manufactures géantes des groupes de luxe. Négociants en pierres, polisseurs, sertisseurs, designers, sous-

traitants : toute la chaîne de valeur est là, autour de la même table. Une exception dans le paysage industriel français.

2008 : le moment où tout a failli s'effondrer

Si la joaillerie française prospère aujourd'hui, c'est en partie grâce à un événement professionnel : « Précieuses Confluences ». Peu de gens

en ont entendu parler en dehors du métier. C'est pourtant le dispositif qui a sauvé (et réorganisé) toute la filière.

Retour en 2008. La crise des subprimes explose. Les grands groupes de luxe, pris de panique, coupent drastiquement leurs commandes. Du jour au lendemain, des centaines d'ateliers se retrouvent sans boulot. « Les fabricants étaient en situation défensive, dans une logique de contraction et de lutte, se souvient Bernadette. Le discours ambiant, c'était : on va tous mourir. »

Elle refuse ce fatalisme. Son idée est simple, presque naïve : et si l'on remettait tout le monde autour d'une table ? Fabricants de premier rang, sous-traitants, donneurs d'ordres, créateurs, fournisseurs de pierres. Un « Meetic du métier », avec des rendez-vous calibrés de trente minutes, une cloche qui sonne, des algorithmes qui croisent les besoins. Un Davos feutré, version joaillerie. « Précieuses Confluences » était né.

Ça démarre en 2017. Une journée. Puis deux. Aujourd'hui, ce sont trois jours, 150 entreprises, 50 marques dont 30 créateurs indépendants. Et surtout : un impact territorial massif. La croissance ne se concentre plus à Paris. Elle irrigue la Franche-Comté, le Centre, l'Ardèche. Des bassins d'emploi entiers se sont réorganisés autour de la joaillerie. Une réindustrialisation silencieuse, tirée par le luxe.

« C'est devenu un facteur de transformation de l'industrie française. On a créé du lien. Et, dans ce métier, le lien, c'est la survie. »

Une école qui refuse de choisir entre tradition et modernité

Fondée en 1867, la Haute École de Joaillerie n'est pas un conservatoire figé dans l'ambre. Chaque année, elle forme entre 600 et 700 étudiants. Plus de 400 apprentis, une centaine de reconversions professionnelles, des alumni qui deviennent directeurs artistiques chez Tiffany, créateurs de marques globales ou fondateurs d'ateliers indépendants. « On a une forte attractivité, notamment auprès de

jeunes qui veulent des métiers manuels », explique Bernadette. Mais l'école ne vend pas de rêve à bas prix. Le parcours d'orientation est rigoureux : webinaires hebdomadaires, stages intensifs pour tester les aptitudes, concours, tests. « *Est-ce que vous êtes fait pour rester assis huit heures par jour à polir, gratter des fontes, assembler des pièces ? Il faut le savoir avant.* » Les journées Portes ouvertes attirent plus de 3 000 personnes sur les trois campus Paris, Lyon, Aix-en-Provence.

L'école enseigne la gouache et la modélisation 3D, le sertissage à l'ancienne et l'impression additive. « *Il n'y a pas de disparition des métiers traditionnels. Au contraire, martèle Bernadette. Le numérique s'ajoute, il n'éteint rien. C'est de la transformation, pas de la substitution.* » Un bachelier numérique a même été créé en partenariat avec Cartier pour former prototypistes et infographistes. « *En France, on a réussi à développer un véritable artisanat numérique, en addition des savoir-faire traditionnels.* »

Les créateurs formés à la HEJ portent cette double exigence : laisser libre cours à leur imagination, mais toujours en dialogue avec la matière, le volume, les contraintes de fabrication. « *On ne fait pas du luxe générique. On enseigne uniquement les compétences qui ont trait à la joaillerie. On reste connectés à la réalité du métier.* »

Un secteur qui embauche pendant que les autres licencient

Les chiffres donnent le vertige. 20 000 salariés hautement qualifiés. 6,1 milliards d'euros de production sortie d'usine, transformés en 8,2 milliards à l'export. 2 milliards d'euros de contribution nette à la balance commerciale française. Et

surtout : quasi 100 % de la production est destinée à l'export. « *La particularité de la joaillerie française, c'est qu'elle n'a jamais délocalisé* », insiste Bernadette.

Le secteur ne se plaint pas. Il embauche. « *Il y a des défis, oui. Mais franchement, quel bonheur ! Les ateliers se développent, les groupes investissent, les écoles forment avec un taux d'employabilité exceptionnel. On fabrique de l'amour, nous ne sommes pas en défensif, mais en prospectif et collaboratif.* » L'amour : les bagues de fiançailles, les bijoux symboliques, les pièces protocolaires échangées lors des visites officielles. Cette prospérité repose sur un équilibre rare : d'un côté, la haute joaillerie, segment culturellement chargé, beaucoup plus profitable que la haute couture ; de l'autre, une bijouterie de volume accessible, mais d'une qualité irréprochable. « *L'exigence de perfection traverse tous les segments, des pièces à 2 000 euros aux créations à 2 millions. C'est le culte de la qualité, ancré dans la joaillerie française.* »

Le diamant synthétique : une bataille de mots

Sur un sujet brûlant, le diamant synthétique, l'UFBJOP ne fait pas de compromis : « *Notre seule position, c'est la sécurité du consommateur* », tranche Bernadette. Un diamant synthétique n'est pas « *conçu en laboratoire* » ; il est fabriqué en usine. Point final.

Le marché a implosé en dix ans : le coût du carat est passé de 3 000 euros à 200 euros. Les jeunes Américains se sont rués sur ces pierres pour leurs bagues de fiançailles, séduits par un storytelling écologique qui reste à prouver. Résultat : une crise du diamant naturel, amplifiée par la guerre en Ukraine et la réduction de la production russe. Mais pas de

panique : « *Le métier sait absorber les cycles. Le synthétique, ça ressemble à du diamant, ça brille, c'est un marché. Mais si c'est reproductible à l'envi, ça n'a pas de valeur patrimoniale. Le consommateur doit le savoir.* »

La France règne, mais ce n'est pas un hasard

La France reste la vitrine mondiale de la joaillerie. L'Italie est la grande rivale, avec un modèle différent : des PME familiales exportatrices, ancrées dans des bassins régionaux. La Chine et les États-Unis sont des géants de la consommation, mais pas de la fabrication créative. Seule la France réunit tout : marques iconiques intégrées, manufactures d'élite, école historique, syndicat puissant, ancrage culturel unique.

Les grandes maisons internationales, Tiffany, Bulgari, même les créateurs et groupes chinois comme Chow Tai Fook, viennent fabriquer leurs plus belles pièces en France. « *Quatre-vingt-dix-neuf pour cent des produits des grandes marques sont fabriqués en France et exportés* », précise Bernadette. Cette dépendance est une force : elle ancre le savoir-faire, crée de l'emploi qualifié, nourrit l'écosystème.

Et, contrairement à d'autres secteurs du luxe, les créateurs indépendants ne sont pas écrasés par les mastodontes. Ils foisonnent. Grâce au numérique, à l'accès facilité au proto-

typage, à l'excellence des formations, les jeunes marques se multiplient. Une ancienne élève de la HEJ, d'origine mexicaine, a complété ses études de joaillerie par le MBA de l'école. Aujourd'hui, elle dirige sa propre marque depuis New York. Et fabrique en France.

« Tradition ET transformation »

Bernadette Pinet-Cuoq refuse les faux dilemmes. « *On me dit souvent : "Les métiers d'art sont en perdition." Non. Pas dans notre secteur. On est dans la tradition ET dans la transformation.* » L'intelligence artificielle ? Un club est en train de se monter. La responsabilité sociale et environnementale ? De nouvelles fonctions ont été créées dans les entreprises. L'impression 3D ? Déjà intégrée dans les cursus.

Son conseil aux jeunes qui hésitent ? « *Il faut tester vos aptitudes. C'est un métier qui demande de l'humilité, de la patience, de la concentration. Mais, si vous en rêvez, allez jusqu'au bout. La probabilité d'employabilité est de 100 %.* » En quittant les bureaux de l'UFBJOP, rue du Louvre, cette phrase résonne : « *Nous fabriquons de l'amour.* » Dans un monde où tant de secteurs cherchent leur raison d'être, la joaillerie française a trouvé la sienne. Elle ne s'excuse pas de prospérer. Elle assume. Et elle continue de briller.

Assiya Shabi

En chiffres

20 000 salariés hautement qualifiés

6,1 milliards € de production

8,2 milliards € d'exportations

2 milliards € de contribution à la balance commerciale

Quasi 100 % de la production destinée à l'export

600 à 700 étudiants formés par an à la Haute École de Joaillerie

400+ apprentis en alternance

200 adhérents représentant 90 % de la profession



6 questions à Corentin Quideau

Cofondateur de Cartier Joaillerie International en 1988, fondateur de CQC Consulting, consultant stratégique pour l'UFBJOP et maître d'œuvre de « *Précieuses Confluences* », Corentin Quideau a passé quarante ans à accompagner les maisons et à repenser la manière dont la joaillerie se construit et se fabrique.

Qu'est-ce qui a changé depuis les années 1980 ?

La joaillerie des années 1980 et celle des années 2020 sont aujourd'hui deux planètes de deux différentes galaxies. En quarante ans, tout a basculé : le marché est devenu mondial et industriel, les consommateurs se comptent en millions et la fabrication s'est profondément restructurée. Ce qui était une activité artisanale destinée

à satisfaire les besoins d'une élite, s'est démocratisée, transformée en industrie. Chez Cartier, dès 1982, nous avons posé avec « *La Nouvelle Joaillerie* », les bases des collections thématiques et de la production répétitive, qui sont aujourd'hui les fondements actuels de la joaillerie contemporaine.

La France, passée d'un réseau fragmenté à un tissu national performant, a conservé une place centrale. La bijouterie joaillerie s'est révolutionnée... et la France a su rester au centre du jeu.

Qu'est-ce qui attirent la Chine et l'Asie dans la joaillerie française ?

Ce qui attire la Chine et l'Asie dans l'écosystème français de création et de fabrication, c'est

ce qui séduit aussi les consommateurs chinois : son l'héritage culturel et artisanal, multiséculaire.

Des créatrices comme Anna Hu, Cindy Chao, Elsa Jin ou Diana Zhang travaillent depuis longtemps avec les ateliers français, tout comme les grands groupes asiatiques intéressés par notre niveau d'exécution. Mais attention, ce n'est pas seulement l'Asie qui est captivée... c'est l'ensemble du monde.

Comment fonctionne « *Précieuses Confluences* » ?

C'est un travail considérable d'un an pour identifier les besoins des marques et de l'écosystème. Nous construisons (mon équipe, l'UFBJOP et FranceÉclat) les thématiques, les profils et les rencontres à

l'aide de notre plateforme de *matchmaking*. L'édition récente a réuni 151 entreprises, plus de 500 participants et plus de 900 rendez-vous positionnés, dont 10 à 15 % débouchent sur des contrats. L'événement joue pleinement son rôle d'accélérateur de la joaillerie française.

Pourquoi vous définir comme un « *thérapeute de marques* » ?

Un thérapeute accompagne les étapes de vie. Il donne naissance, soigne des crises de croissance, d'identité et de transformations. J'ai accompagné la naissance ou le repositionnement de Cartier Joaillerie, Bulgari, Boucheron, Gucci, Messika, Muzo et j'accompagne aujourd'hui la croissance de créateurs français, anglais, moyen-orientaux et asiatiques.

Les marques en besoin d'évolution, de transformation, de réparation et d'expansion sont mes patients.

La France peut-elle rester numéro un ?

La réponse est claire : oui ! Nos forces sont multiples : la force des marques de la Place Vendôme ; la force de l'UFBJOP ; la force des dirigeants visionnaires ; un modèle intégrant mêlant tradition et innovation, « *le manu-digital* ». La filière se réinvente en permanence, conserve et accroît son leadership.

Quel grand défi pour les dix prochaines années ?

Les enjeux sont multiples, mais l'essentiel sera de préserver notre identité face aux nouvelles technologies.

MESSIKA

Le couple qui a réinventé le diamant

Valérie Messika et Jean-Baptiste Sassine : parce qu'un bijou n'est pas le point final à une histoire d'amour, c'est un prétexte pour en écrire la suite...

Messika. Un couple, une passion, une intuition : les bijoux ne sont plus de vagues accessoires pour amoureux fatigués. Une vitrine en velours, une demande en mariage un peu forcée, une main figée sur une coupe de champagne. Très peu pour eux.

Messika a pris tout ça et l'a laissé dans le passé. Pas de drame familial qui pue la naphthaline, mais une invitation à remettre la scène en jeu, à rejouer la rencontre, les rires et le baiser. Car, pour eux, les bijoux ne sont plus des trophées, encore moins des manières de se faire pardonner. Ils épousent des gestes, des clavicules, des poignets. Ils vivent à hauteur de peau, au rythme des textos, des nuits trop courtes et des rendez-vous rêvés. Les lignes sont fines, graphiques, modernes. Pierres taillées pour des corps qui n'ont pas toujours le temps de se poser. Morceaux de roches qui racontent ce que l'on ne sait plus dire sans bégayer.

Messika. C'est la joaillerie qui devient attitude, et non plus seulement appareil.

Dans la jungle de l'amour moderne, l'élégance c'est peut-être ça : un éclat, une offrande, qui ne fait pas de bruit mais qui brille, au creux d'un cou ou au milieu d'un doigt ; et qui n'est plus une pose, ni une attente ou une déclaration, mais plutôt l'affirmation d'un amour libre et sans conditions.

Armand Louis Cazanova



Stanislas de Quercize : « Le luxe doit servir à quelque chose. »

Il a passé quinze ans à diriger Cartier, puis Van Cleef & Arpels. Aujourd'hui, Stanislas de Quercize siège dans une douzaine de conseils d'administration, dont celui de Messika. À soixante-sept ans, l'ancien patron ne gère plus les très grosses équipes mais il transmet.

Stanislas de Quercize parle du luxe avec des mots qui détonnent : « Fraternité », « Spiritualité », « Transmission » ; des termes que l'on n'associe pas spontanément à des colliers à six chiffres. Sauf

qu'à 200 000 euros la pièce, on peut légitimement se demander qui a accès à ce « sens ». Il anticipe l'objection : « Oui, le sommet est inaccessible. Mais le luxe, c'est une pyramide. Tout le monde peut y entrer, à son niveau. » L'argument ne convainc qu'à moitié. Il le sait. « Écoutez, je ne dis pas que c'est parfait. Mais, au moins, on fait rêver. Et le sommet, même inatteignable, reste un rêve partagé. »

Le board comme école

Depuis qu'il a quitté l'opérationnel, Stanislas de Quercize passe son temps en réunions de conseil – une douzaine de boîtes, de la joaillerie à la tech : « Mon job, c'est de poser les bonnes questions. Pas de tout savoir. » Il cite Mandela : « Soit je gagne, soit j'apprends », avec un naturel qui laisse penser qu'il l'a beaucoup répété. Mais l'idée tient : il ne cherche pas à briller ; juste à être utile. Il insiste sur le mot « emparadiser », qu'il a vraisemblablement emprunté au titre d'un livre ascétique du XVII^e siècle. Selon Le Robert, cela veut dire « mettre en paradis, en un état de délices ». Pour Stanislas, l'art d'emparadiser les âmes, « c'est transformer le monde depuis l'intérieur. Pas avec de grands discours. Avec des actes ».

On lui demande si ça marche vraiment, cette approche spiritualo-business. Il hoche la tête : « Vous seriez étonnés, mais oui, plus souvent qu'on y croit. »



QUAND LA HAUTE COUTURE AFFRANCHIT LE BIJOU

Dans les années 1920-1930, la haute couture réalise quelque chose : une robe ne suffit pas. Coco Chanel l'a compris en empilant ses faux sautoirs de perles sur des petites robes noires. Le problème avec la vraie joaillerie ? Elle coûte trop cher : pour être audacieuse, on peut moins risquer un diamant de famille sur une idée folle.

C'est là que tout se dessine ; le bijou fantaisie n'est pas né pour imiter le vrai mais pour faire ce que le vrai ne pouvait pas trop se permettre : exagérer, provoquer, bousculer.

Schiaparelli ou les surréalistes, de Saint Laurent à Lacroix

En 1937, Elsa Schiaparelli présente une broche en forme de homard dessinée par Salvador Dalí. Pas un petit homard discret : un homard rouge vif de 20 centimètres qui rampe sur l'épaule. La même année, elle propose des boucles d'oreilles téléphones. Pourquoi ? Parce qu'elle peut. Ce n'étaient pas des bijoux pour plaire ; c'étaient des objets pour déstabiliser, faire rire ou faire grimacer. Le bijou devient alors sculptural, conceptuel, parfois absurde.

Yves Saint Laurent reprend cette liberté dans les années 1960-1970. Ses croix byzantines surdimensionnées, ses colliers berbères en métal doré : tout est théâtral, pensé pour la scène autant que pour la rue. Paco Rabanne va plus loin : il fabrique des robes entières en pastilles de métal reliées par des anneaux. Le bijou n'est plus un accessoire, il est même le vêtement. Christian Lacroix, dans les années 1980, explose tout en couleur : croix baroques géantes, cœurs sacrés, médaillons empilés comme dans une procession napolitaine ou revendication gitane.

Gaultier :

le bijou devient un manifeste

Jean Paul Gaultier pousse l'idée plus loin et radicalise tout. Son corset conique pour Madonna en 1990 ? C'est un bijou autant qu'un vêtement, du métal rose qui transforme le corps en sculpture de guerre. Ses défilés regorgent de colliers chaînes de moto, d'épaulettes en aluminium, de corsets en cages. Le corps n'est plus décoré : il est reconstruit, métallisé ou militarisé.

Dans l'atelier : Christine Laaban, trente-cinq ans à façonner la haute couture

Dans l'atelier parisien de sa société de bijoux BABYLONE, située dans Le Marais, Christine Laaban a réalisé et fabriqué avec passion les lignes de bijoux des collections de prêt-à-



« Jean Paul Gaultier. Dans les années 1990, le corps est métallisé, reconstruit, militarisé. Quand le bijou n'est plus un accessoire mais une architecture qui transforme l'anatomie en manifeste. »

porter Jean Paul Gaultier entre les années 1989 et 2014.

Quand je lui demande ce qui caractérisait son travail, elle répond sans hésiter :

Mon travail consistait essentiellement à réaliser en vrais faux bijoux les idées les plus folles et les plus chères au cœur de Jean Paul. C'était toujours le même grand défi qui semblait être insurmontable en début de collection et qui pourtant finissait par donner naissance à la ligne de bijoux tant souhaitée. Je me souviens encore du bonheur que

nous ressentions mon équipe et moi-même lorsque nous assistions aux défilés accessoirisés par nos bijoux. Jean Paul avait le don de nous surprendre à chaque fois ; il savait nous enchanter et nous enivrer de bonheur, de beauté et d'humour.

Ses bijoux transformaient l'anatomie ?

C'est une bonne question. Oui, les bijoux Jean Paul Gaultier transformaient l'anatomie parce qu'ils avaient un sens. Ils demandaient une certaine allure et un port de tête que nous adorions adopter. Ils donnaient

à la personne qui les portait cette touche de personnalité qui la rendait unique.

C'était politique ?

Peut-être, ils étaient lourds de sens et de symboles détournés par l'association de mélanges de matières et de styles, telles des tiaras surmontées d'épingles à nourrice enrubannées de velours. Ils pouvaient être aussi irrévérencieux comme la collection piercing et tatouages arborant des médailles religieuses reliées par des chaînes punk.

Qu'est-ce qui a changé avec le bijou fantaisie Jean Paul Gaultier ?

Sans hésiter, je dirai la liberté dans les associations d'idées, de volumes, de couleurs et de matières. Nous pouvions créer un bijou imposant surmonté d'une chaîne très fine qui apportait, tout d'un coup, un côté aérien. Il y avait aussi une grande liberté avec la pratique de l'émailage, très présent dans les collections.

Pour résumer, j'ai beaucoup appris tout au long de ces années de collaboration, et notamment que rien n'est impossible. C'est sûrement ce qui m'a incité à relever un nouveau challenge en créant une galerie d'art après la vente de ma société BABYLONE, la galerie de la Clé, située dans les mêmes locaux de mon ancienne société, dans Le Marais – histoire de vivre une autre aventure dans la continuité d'un lieu chargé d'histoire...

C'est une révolution dans la continuité...

Le bijou existe depuis des millénaires. Les Égyptiens, les Mayas, les Massais... tous ont utilisé parures et ornements pour signifier rang, appartenance, pouvoir. Ce que la haute couture du ^{XX}e siècle a réinventé, c'est ceci : dans un Occident moderne obsédé par la discrétion et le « bon goût », le bijou fantaisie a redonné le droit à l'excès, à la théâtralité et à la revendication de la transformation radicale du corps. De Schiaparelli à Gaultier, une même intuition : le bijou n'est pas un détail, c'est un manifeste.

Assiya Shabi

LES BIJOUX AUTREMENT MAZARIN ET LA JOAILLERIE CONTEMPORAINE

Dans un univers saturé de codes, de motifs et d'héritages, forger un ADN véritablement propre pour une marque, relève de l'exploit. L'univers de la haute joaillerie contemporaine est l'archétype de ce genre de territoires à la fois inspirants et presque figés. Inventer une empreinte distinctive, reconnaissable au premier regard, qui échappe aux canons établis tout en atteignant l'excellence : voilà le défi que peu de maisons arrivent à relever.

Pourtant une maison de joaillerie contemporaine mais au nom évocateur d'un héritage historique lointain, y parvient; elle s'appelle Mazarin et elle relève ce défi avec une approche singulière. Fondée en 2014 par Louise de Rothschild et Keagan Ramsamy, Mazarin s'appuie sur un savoir-faire joaillier exigeant tout en cherchant à réinventer les codes de la parure. Sa singularité? Des bijoux pensés comme des sculptures, avec des formes organiques qui semblent presque vivantes. Une maturité assez rare pour une si jeune maison et c'est précisément ce qui fascine.

Une pensée monolithique

Là où d'autres multiplient les inspirations, Mazarin fait le choix radical de la profondeur: une idée, explorée jusqu'à l'obsession. L'éléphant, par exemple, choisi comme animal totem pour sa collection « Eboris », traverse l'ensemble de ses créations – décliné en bagues, manchettes, boucles, et de manière tantôt figurative tantôt abstraite. Cette approche quasi minimaliste crée une cohérence forte, comme si chaque bijou était la variation d'une même méditation sur l'équilibre, la dualité, voire le mouvement. Chaque thème matriciel se déploie en constellation, en une architecture conceptuelle où chaque pièce dialogue avec les autres dans une langue artistique commune.

L'alchimie des matières

Mazarin ose aussi des rencontres inédites: cuir et or massif pour un dialogue inattendu entre maroquinerie d'exception et joaillerie. L'atelier travaille l'or 18 carats selon une technique de satinage particulière, développée spécifiquement pour la maison. L'or lui-même porte une signature tactile unique: ni poli miroir ni brillance ostentatoire, mais un or chaud satiné et presque organique, qui épouse le corps plutôt qu'il ne le pare. Cette matité assumée refuse le spectacle au profit de quelque chose de plus intime.

Anthologie androgyne

Les créations se portent sans genre, avec une sobriété qui transcende les codes. C'est un luxe calme, presque architectural. Les volumes pleins, les courbes organiques: des bijoux sculptures qui questionnent la notion même de parure. Ici, le bijou n'est plus attribut mais un prolongement de soi, faisant corps avec celui ou celle qui le porte.

Une esthétique intelligente

La direction artistique pousse la cohérence jusqu'à l'exigence: lumière blanche, arrière-plans épurés, poses contemplatives. Aucun storytelling superflu. Juste l'objet, sa matière, sa forme. Une approche où chaque pièce existe d'abord comme volume dans l'espace, témoin d'une réflexion sur le beau avant d'être parure.

Assiya Shabi



Mazarin, manchettes *Elephantinus* (cuir et or)

Voici un bracelet qui n'a rien d'un simple accessoire. Mazarin détourne l'éléphant, habituellement relégué aux encyclopédies coloniales ou aux salons Empire, pour en faire une sculpture portable, quasi insolente. Le cuir noir dialogue avec un or qui assume son éclat sans complexe, comme si la maison rappelait discrètement que la modernité n'interdit ni la puissance ni la sensualité. Dans cette pièce tout est pensé pour troubler: la masse, la douceur des courbes, la frontalité du motif, ce mélange de sérieux aristocratique et d'ironie contemporaine. On ne porte pas cette manchette pour « finir une silhouette », mais pour déclarer quelque chose – et rarement ce que les autres s'attendent à entendre.



Famille Gas, avec Marie Gas, le père André Gas, fondateur et Olivier Gas, PDG de la Maison.

GAS BIJOUX

Marie Gas a grandi avec la Méditerranée en héritage : une enfance dans l'atelier familial, les yeux dans le bleu de la mer, les mains pleines de matériaux, qu'au côté de son père elle a apprivoisés. Elle dirige Gas Bijoux avec audace et douceur, en gardant toujours un éclat de soleil dans la voix.

Avez-vous un bijou fétiche que vous ne quittez jamais ?

Je ne quitte jamais mon jonc de la collection « Bambou » de Gas Bijoux. Il incarne pour moi un équilibre parfait entre nature et raffinement. Inspiré par la forme à la fois délicate et structurée du bambou, il évoque la force et la souplesse, l'organique et l'architectural. Je le mêle instinctivement à mes pièces fétiches de joaillerie, comme ma chaîne *Liberté* de Marie Lichtenberg, le bracelet *Donatello* de Salomé Rico ou encore les boucles d'oreilles *Crest* de la maison japonaise Talkative. Ce mélange d'univers et de sensibilités raconte mon propre style, à la croisée de l'intemporel et de l'inattendu. Je le porte comme une seconde peau : avec le temps, il s'est patiné, chargé de souvenirs, et il incarne aussi, à sa

manière, l'esprit de Gas Bijoux ; ce dialogue constant entre création, geste et émotion.

Est-ce que c'est le bijou qui sublime une allure, ou à nous de le sublimer ?

Un bijou a ce pouvoir presque magique de tout transformer. Il suffit parfois d'une pièce forte, juste pour donner du caractère à une silhouette épurée. Comme un vêtement parfaitement coupé, il signe une allure. Mais le bijou ne vit vraiment que porté : il capte la lumière, accompagne un mouvement, souligne une attitude. C'est notre manière de l'associer, de le faire nôtre, qui lui donne toute sa résonance. Le même bijou ne raconte jamais la même histoire selon la personne qui le porte. C'est un dialogue subtil entre l'objet, le corps et la personnalité.

Le Sud est une imagerie très convoitée. Comment protéger l'imaginaire méditerranéen de la simple carte postale ?

Par l'authenticité, toujours. Chez Gas Bijoux, notre ancrage méditerranéen est profondément sincère : notre atelier marseillais est le même depuis 1969. C'est là que tout est né, que tout continue à se créer, avec les mains et la lumière du Sud. Les gestes, les savoir-faire transmis, le temps de la fabrication sont nos premiers gardiens contre l'imaginaire de façade. Notre première boutique, à Saint-Tropez, a été fondatrice. Elle reste aujourd'hui encore un lieu emblématique, tout comme celle de By Marie, qui accueille une clientèle fidèle, française et internationale. Pour moi, la Méditerranée n'est pas une image figée ; c'est une source d'inspira-

tion vivante : les couleurs vibrantes, les matières naturelles, la sensualité. Il faut sans cesse poser un regard contemporain sur cet héritage pour qu'il ne devienne jamais folklorique. C'est un art de vivre qui se ressent plus qu'il ne se raconte.

Un bijou doit-il dire : « Je te connais » ou « Je te surprends » ?

Les deux, idéalement. J'aime les associations qui révèlent une part intime, presque confidentielle, et celles qui intriguent, qui racontent une autre facette. Un bijou peut être un talisman, un repère, mais aussi une touche de fantaisie ou d'impertinence. Il dit souvent quelque chose de nous que l'on n'exprime pas toujours avec des mots. La beauté naît de cette tension harmonieuse entre ce qui est familier

et ce qui surprend, entre reconnaissance et liberté.

Plutôt audace ou essentiel intemporel, cette année ?

Je crois profondément à l'intemporel réhaussé d'audace. Dans un monde qui va vite et parfois chahuté, nous avons besoin plus que jamais de nous entourer de pièces rassurantes, que l'on garde, que l'on chérit, qui traversent les époques. Mais nous avons aussi besoin de joie, de lumière, de cette fantaisie positive que seul un bijou coloré ou inattendu peut offrir. L'audace n'a de sens que si elle est pensée pour durer. Il faut oser la gaieté, sans renoncer à l'élégance. Pour moi, l'élégance est justement là : dans cet équilibre subtil entre émotion, créativité et intemporalité.

Armand Louis Cazanova

NOUVEAUX ARTISANS, NOUVELLES DYNAMIQUES

LUCAS BAUER



Il appartient à cette nouvelle génération de créateurs formés au sein des grandes maisons, ayant appris leurs codes, pour mieux s'en affranchir. Diplômé de la Chambre syndicale de la couture parisienne, Lucas Bauer a passé près de dix ans chez Louis

Vuitton, dans l'univers exigeant du design joaillier. Mais, comme beaucoup de jeunes créateurs issus des maisons de luxe, Bauer a choisi une autre voie, plus sinueuse mais plus juste : la sienne. Une voie qui repose sur la liberté de l'expérimentation, l'attention à des détails que l'industrie n'a pas toujours le temps de cultiver. Dans son propre atelier, il développe un art où la matière dicte le mouvement. Pierres brutes, lignes organiques, volumes en tension : il ne cherche pas à rivaliser avec les maisons, mais à occuper une zone différente, un espace de recherche et d'expression où le bijou épouse les courbes du corps. Le parcours de Lucas Bauer incarne ainsi une dynamique nouvelle dans la joaillerie française : celle de créateurs qui, après avoir intégré les meilleures écoles et les plus grandes structures, construisent aujourd'hui des identités singulières à la marge du système – marges qui deviennent, paradoxalement, le lieu où s'invente l'avenir du secteur.

AGNÈS B.



Sensible et instinctive, Constance Maure imagine et réalise pour agnès b. des bijoux en pièces uniques, nés de ces minuscules trésors qu'Agnès ramasse et collectionne depuis toujours – ses « objets trouvés jolis », comme elle aime les appeler, glanés au fil du temps, des voyages et des hasards. Fragments de céramique, coquillages, bribes de mémoire, elle les sertit dans le laiton ou le bronze, comme on met en lumière une histoire.

Constance, tu as commencé comme gemmologue : à quel moment as-tu compris que ce qui était vraiment précieux, c'était l'histoire plus que la matière ?

J'ai commencé mes études à Londres, à la Central Saint Martins, en design bijoux, puis à l'école Boulle. J'ai ensuite travaillé chez Hermès en design maroquinerie femme, puis chez Maison Margiela en design bijoux. Cette dernière

expérience m'a donné envie de fuir les environnements « modeux » et de travailler en joaillerie où le temps de dessin est plus long, réfléchi. Après l'École des Gemmes, je m'apprêtais donc à travailler en tant que designer joaillier quand j'ai rencontré Agnès (b.) dont la poésie m'a tout de suite charmée.

Tu parles de bijoux « simples et bruts ». C'est un manifeste anti-luxe ou, au contraire, une définition plus exigeante de celui-ci ?

Je pense que c'est une vision plus poétique. J'utilise le même savoir-faire, le même métier d'art joaillier pour sertir et mettre en lumière des objets qui n'ont pas de valeur monétaire. Il y a une grande part de valeur sentimentale mais aussi une remise en question : pourquoi n'offrir de la joaillerie qu'aux pierres dites « précieuses » ? On pourrait parler de rareté à la rigueur. Il n'y a qu'à observer ; la nature (la

création) est déconcertante de finesse, de symétrie et de logique.

Agnès t'envoie parfois un objet avec un petit mot. Ça ressemble plus à une commande, une lettre d'amour, un défi ?

Une commande, ce n'est pas vraiment l'état d'esprit d'Agnès ; il arrive même qu'elle ait une idée très précise de ce qu'elle souhaite mais cela se fait en toute simplicité dans un esprit bon enfant.

Une lettre d'amour ? Je ressens l'amour, l'humour, la poésie que lui a inspiré l'objet quand je le découvre. Il y a quelque chose de l'ordre de l'intime qui me touche profondément et dont je me sens très honorée.

Un défi ? Certainement ! Il arrive qu'Agnès me confie des objets insolites tels que des escargots, une prise antimoustique, des Lego ninja, un fragment d'ampoule ou encore un jeton de caddie. J'adore ces défis !

LE BIJOU

CET ACTIF NÉ HORS DU SYSTÈME

Après les empires, les expositions, les maisons de joailleries et les mythes, il reste une question que ce numéro ne pouvait pas éviter. Et si le bijou n'avait jamais été un actif comme les autres; précisément parce qu'il n'a jamais obéi au système ?

Yves-Marie André, jésuite du XVIIIe, défendait l'idée que la beauté n'est pas un luxe superflu mais une nécessité inscrite dans l'ordre du monde. Diderot a repris certaines de ses thèses. L'histoire du bijou lui a donné raison, mais d'une manière qu'il n'avait probablement pas anticipée. Pendant des siècles, le bijou a été la banque des femmes. Le coffre-fort des exclus. Parce que ce qui était beau pouvait traverser une frontière, se transmettre et se vendre. Et aujourd'hui, alors que la finance tente de redécouvrir le bijou comme "classe d'actifs", elle se heurte à un problème simple : cet objet ne fonctionne pas selon ses modèles. Normal. Le bijou n'a jamais été conçu pour les marchés efficients. Il a été conçu pour la continuité dans l'incertitude.

Le bijou comme banque des exclus

On oublie trop souvent un fait historique pourtant important : jusqu'à récemment, les femmes ont été largement exclues du système financier formel. En France, il faut attendre 1965 pour qu'une femme mariée puisse ouvrir un compte bancaire sans l'autorisation de son mari. Aux États-Unis, les discriminations dans l'accès au crédit ont persisté jusqu'à la loi de 1974. Dans beaucoup de pays, les femmes ne pouvaient ni hériter, ni posséder : elles étaient juridiquement invisibles. Face à cette exclusion, un système financier parallèle s'est transmis. En Inde, le stridhan désigne les bijoux qu'une femme reçoit lors de son mariage : reconnu comme propriété personnelle de la femme, sur laquelle elle conserve le contrôle, y compris en cas de divorce ou de veuvage. En Europe, les trousseaux matrimoniaux incluaient parfois des bijoux précieux que les femmes conservaient comme propriété personnelle. Ces pièces, transmises entre générations féminines, représentaient une forme de sécurité économique : richesse concentrée dans des objets facilement transportables, elles pouvaient être liquidées en cas d'urgence (violence conjugale, ruine familiale ou conflits).



Parure et réserve transmissible. Dans de nombreuses sociétés, le bijou fut moins un ornement qu'un capital portable. Au-delà du fantasme, une économie de protection.

En situation d'exil, ce mécanisme devient vital. Les réfugiées arméniennes au début du XX^e siècle, les femmes russes après 1917, les Syriennes plus récemment; beaucoup ont tout perdu sauf leurs bijoux, qu'elles ont pu monnayer pour financer un passage ou un nouveau départ. Le bijou remplissait trois fonctions :

assurance, épargne, transmission. En cas de coup dur, on pouvait le vendre. En période stable, c'était une réserve de valeur. Et à la génération suivante, ça se transmettait (le plus souvent de mère en fille), tel un socle essentiel à la survie économique de millions de femmes.

Une réalité qui n'a pas disparu

Croire que cette fonction aurait disparu avec l'émancipation financière serait naïf. Dans beaucoup de pays, l'accès au système bancaire reste fragile ou inégal. Et dès que les institutions vacillent (guerres, crises et hyperinflation), le bijou redevient un refuge.

Au Venezuela, des femmes vendent leurs bijoux pour acheter de la nourriture. En Ukraine, celles qui fuient les zones de combat emportent leurs bijoux comme elles peuvent; souvent comme unique capital transportable.

Cette fonction ne concerne pas que les femmes, d'ailleurs. Les minorités persécutées, les dissidents politiques ont historiquement eu recours au bijou comme richesse compacte, difficile à saisir, relativement universelle. Le bijou n'est donc pas une relique du passé. C'est une plateforme de résilience, qui se réactive chaque fois que le système formel montre ses limites.

Pourquoi le bijou est construit ainsi

Cette fonction de survie explique la structure même du bijou. Ses caractéristiques ne relèvent pas seulement de l'esthétique; c'est une logique économique construite à travers l'Histoire.

Le plancher métallique. L'or, l'argent, le platine sont cotés sur des marchés mondiaux depuis des siècles. Même quand la signature disparaît ou que le style se démode, le métal conserve une valeur minimale. Ce plancher ne garantit pas le rendement, mais il limite l'anéantissement total.

La portabilité. Le bijou concentre une valeur élevée dans un volume réduit. Il se déplace avec le corps. Il accompagne l'exil plus facilement que n'importe quel autre actif (essayez de traverser une frontière avec un appartement ou un portefeuille de billets dans les poches).

La transmission. Le bijou traverse les générations, porte la mémoire des corps qui l'ont porté. Dans des sociétés

« Quand on ne peut pas posséder, on porte »

tés où les lois d'héritage discriminaient les femmes, il permettait de contourner les règles en transmettant de mère en fille. C'est un actif qui impose le temps long et protège de la volatilité frénétique des marchés.

Le bijou n'est pas un actif comme les autres. C'est un système financier parallèle, conçu pour pallier les manquements du système formel.

Ce que la finance redécouvre (ou croit redécouvrir)

Vu à travers un prisme financier, la valeur du bijou repose sur une structure assez simple : un sous-jacent + une option.

Le sous-jacent, c'est le métal précieux (et dans certains cas les pierres précieuses). Le socle incompressible. À ce socle s'ajoute une dimension optionnelle : la possibilité que la pièce acquière une valeur esthétique ou symbolique particulière.

Un bijou modeste, acheté proche de la valeur de son métal, présente une asymétrie intéressante : le risque est partiellement limité par le plancher métallique, tandis que le potentiel repose sur l'évolution du goût, de la rareté, de la signature. À l'inverse, un bijou déjà fortement valorisé pour sa dimension collector concentre l'essentiel de son risque dans sa narration — voire dans sa cote artistique.

Cette structure explique aussi l'illiquidité assumée du bijou. Il ne se revend pas instantanément. Il impose le temps long, totalement incompatible avec une logique de trading.

Sur le plan fiscal, certains régimes reconnaissent implicitement cette singularité : seuils d'exonération, fiscalité forfaitaire spécifique, règles particulières en matière de transmission. Autant de dispositifs qui traduisent la difficulté à assimiler pleinement le bijou à un actif financier classique.

Les contresens de la finance

Le regain d'intérêt pour le bijou comme "actif" a produit plusieurs

contresens. Pas parce que le bijou serait un mauvais support de valeur, mais parce qu'on lui applique des catégories qui ne sont pas les siennes.

Premier contresens : croire que tout bijou ancien génère automatiquement une plus-value significative. La réalité est plus nuancée. Sur le plan du sous-jacent, un bijou en or ou en pierres précieuses conservé plusieurs décennies a généralement suivi, voire dépassé l'inflation. En revanche, la prime narrative initiale (liée à une mode ou une signature) peut s'éroder. voire disparaître complètement.

Dans ce cas, la revente s'effectue proche de la valeur du métal ou des pierres. Le détenteur n'a pas nécessairement perdu en valeur absolue, mais il n'a pas bénéficié d'un rendement supérieur à celui d'un lingot standardisé.

Les difficultés de liquidité concernent surtout les pièces dont la prime s'est dissipée : sans signature reconnue, sans pierres exceptionnelles, sans provenance documentée, elles se revendent lentement, avec des décotes parfois significatives.

Autre contresens : ignorer les coûts invisibles. Assurance, conservation, certification, commissions à la revente... Sur la durée, ça pèse de manière tangible sur la valeur économique réelle.

Ces erreurs révèlent une incompréhension plus profonde : vouloir faire entrer le bijou dans un modèle qui n'a pas présidé à sa naissance. Le bijou n'a jamais promis l'optimisation. Il a toujours garanti autre chose : la continuité.

Ce que cet actif dit de notre époque

Le regain d'intérêt pour le bijou révèle plusieurs tendances : un retour vers les actifs tangibles après des décennies de dématérialisation financière, un intérêt criant pour les consommables luxe, une méfiance croissante envers des systèmes perçus comme fragiles ou excluants, un besoin de sens et de transmission



dans un monde financiarisé à l'extrême.

Dans les sociétés instables, le bijou rappelle une vérité simple : quand les systèmes officiels échouent ou excluent, les populations créent des systèmes parallèles.

Le beau comme stratégie de survie

Yves-Marie André cherchait l'essence du beau dans la métaphysique. L'histoire des femmes l'a trouvée dans la nécessité.

Nuançons quand même : cette résilience s'observe sur le temps long. À court terme, les bijoux connaissent des cycles, des phases d'illiquidité. Lors de la crise de

2008, certaines ventes ont été annulées, des pièces bradées par nécessité. La résistance n'est pas une immunité absolue; c'est une capacité à reconstituer la valeur une fois la panique passée.

Aujourd'hui, alors que la finance redécouvre cet actif étrange, elle bute sur cette évidence : le bijou n'a jamais été conçu comme placement et pourtant il continue d'assurer cette fonction de réserve. Quand on ne peut pas posséder, on porte. Dans un monde instable, la beauté n'est pas un luxe superflu, elle peut être aussi une liquidité qui survit aux monnaies et aux crises.

Assiya Shabi

Du **10 décembre 2025**
au **6 avril 2026**



JOYAUX DYNASTIQUES

**Collection Al Thani à l'Hôtel de la Marine
Place de la Concorde, Paris**