L'EXPRESS MAG 13-19 février 2003
des bijoux et des femmes

4 MAGATTITUDE

14 EN COUVERTURE
Bijoux : l'essentiel de l'accessoire
La perle change de robe **17** • **Pierres fines** Eclats de couleurs **19** • **Joailliers créateurs** La nouvelle vague **20** •

23 SAVEURS

26 TENDANCE

30 AFFAIRES DU VOYAGE

32 PARTIR

36 BALADE GOURMANDE

38 LES RENDEZ-VOUS DU MAG

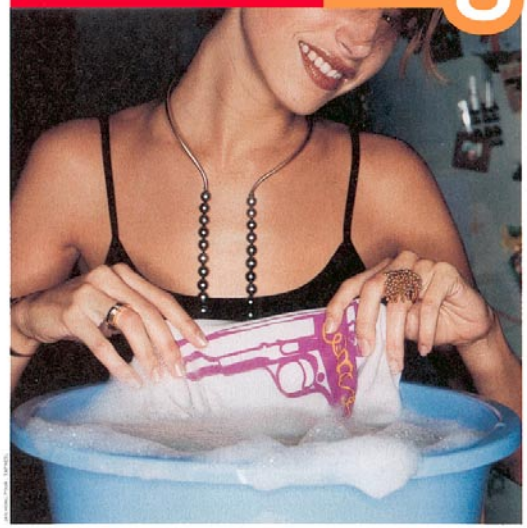
50 CINÉMA

51 AUDIO

52 TÉLÉVISION

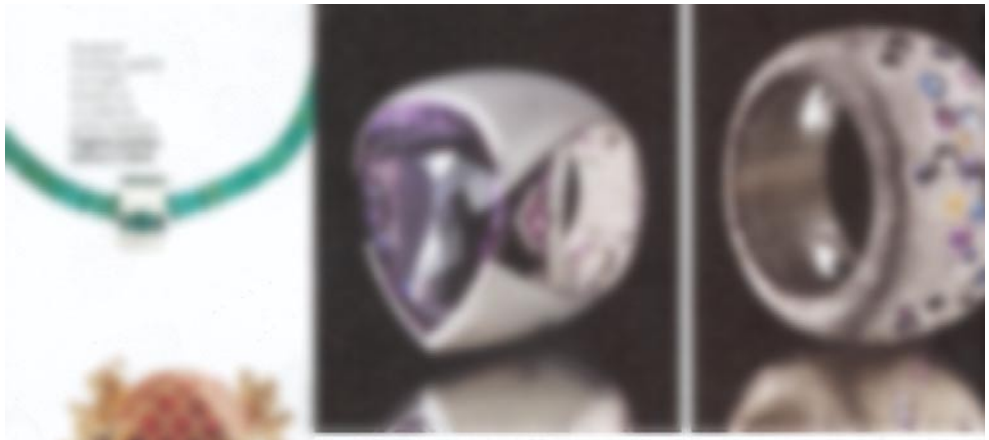
58 QUESTIONNAIRE DE PROUST

L'EXPRESS mag



Des bijoux et des femmes. Ah ! Qu'en baisant « la main d'une femme du monde » les hommes aimaient « s'écorcher les lèvres à ses diamants » ! Frôler jusqu'à la pâmoison ce bijou si intimement ancré à la peau. Les parures, « riche attirail » tintinnabulant lançant ses feux sur un corps nu dans la pénombre d'une chambre, « Ce monde rayonnant de métal et de pierre/ Me ravit en extase, et j'aime à la fureur/ Les choses où le son se mêle à la lumière », confiait Charles Baudelaire dans *Les Fleurs du mal*. Bijoux de dame ou bijoux de putain, ils aiguisent le jeu amoureux. Aiguisaient, plutôt. Car patatras ! interruption obligée de fantasme : les femmes, à présent, s'autoérotisent, se couvrant d'or, de platine, de rubis ou de tourmaline pour leur seul plaisir. Les joailliers, plus inventifs que jamais, excitent leur gourmandise. Les tendanceurs, qui scrutent à la loupe nos petites manies, voient dans ce bel appétit une marque évidente d'indépendance. Les psychiatres, pointilleux sur le rôle des sexes, préviennent que les messieurs pourraient vivre douloureusement l'évincement de l'acte (d'achat). Alors, un peu d'audace ! Ecoutez Marilyn Monroe susurrer : « Les diamants sont les meilleurs amis de la femme. » Ah ! Oui. • **Annie Kouchner**

L'Express, 17, rue de l'Arrivée, 75733 Paris Cedex 15. Tél. : 01 53 91 11 11. CPPAP n° 55931 • Président du directoire, directeur de la publication : **Denis Jeambar** • Rédactrice en chef : **Anne Beaujour** • Photogravure : **Maury, L'Express** • Imprimeries : **Imp. Maury ; Québécor-Printor**



Joailliers créateurs
La nouvelle vague

Un vent de liberté souffle sur le monde du bijou. En marge des vénérables maisons de la place Vendôme, à l'écart des *corners* étincelants de la grande distribution, une nouvelle génération de créateurs impose son style et ses griffes. Certains sont déjà réputés, d'autres moins, mais tous jouissent, depuis trois ans, le bouche-à-oreille aidant, d'une reconnaissance sans précédent. Ils sont une trentaine en France, placés sous la bannière de « joailliers créateurs » à laquelle plusieurs d'entre eux, dont Philippe Tournaire ou Patrice Fabre, préfèrent celle de « joailliers contemporains ».

Descendants de familles de bijoutiers ou formés dans les prestigieux ateliers de Poiray, Chaumet ou Mauboussin, venus des Arts déco, de la gemmologie et même de la finance ou autodidactes, ils possèdent en commun le talent de créer des bijoux audacieux, intemporels et rigoureux, qui associent à la qualité des pierres l'originalité du design, tout en respectant les règles d'une technique exigeante et pointue qu'ils connaissent parfaitement. Un style sans compromis. « La structure doit mettre en valeur la pierre et apporter sa créativité au bijou », explique Philippe Ruffière, fou de gemmes rares. Ces artistes artisans ont l'art de mettre au goût du jour les perles et les pierres fines les plus insolites (moins onéreuses que les classiques pierres précieuses), osent de subtils assemblages de couleurs, bousculent les formes, la tradition et... les prix. « La place était à prendre parce que la demande existait, souligne Daniela Baumgartner, lauréate, en 1998, des fameux Diamonds International Awards (DIA) organisés par la De Beers. Nous répondons à une clientèle à l'esprit ouvert qui ne s'attache plus à la marque mais fait confiance à la créativité et au savoir-faire. Le "no logo", le refus du diktat des griffes, n'est-il pas une nouvelle forme du luxe ? »

Parce que l'union fait la force, neuf d'entre eux se sont rassemblés au sein d'un Comité des créateurs, sous la houlette d'Isabelle Libersac, transfuge de la De Beers et l'une des responsables de l'agence Véronèse Consulting. « Par volonté et besoin stratégique d'exister face à l'initiative des LVMH, Richemont et autres », explique celle-ci. Sans aucunement renier leur individualité et leur originalité, la plupart d'entre eux se côtoient également aux Journées des joailliers créateurs, qui signeront, en novembre prochain, leur quatrième édition. Succès public incontestable avec de 12 à 15 000 visiteurs et une fréquentation en constante augmentation, qu'envie le milieu de la joaillerie. Lequel s'inspire d'ailleurs des modèles présentés.

Que ce soit dans leur boutique ou en appartement, les joailliers créateurs aiment un rapport direct et particulier avec la clientèle. « C'est ainsi que naît la création », dit en souriant Ann Gérard, honorée d'un DIA en 1994. « Cette relation privilégiée est un puits monumental d'information, un miroir des tendances », renchérit Patrice Fabre, double lauréat de la même distinction en 1990 et 1996. Chez ces artisans d'exception, les choses se font en toute simplicité. Autour d'une table. « Les gens arrivent avec, parfois, une pierre de famille, une envie souvent et

Boucles d'oreilles et bague Cible, or jaune et saphirs de couleur, **Daniela Baumgartner, 1 850 et 1 600 €.**

L'EXPRESS MAG 13-19 février 2003
des bijoux et des femmes

La perle change de robe

A gauche
Collier Coquillage, bronze doré, cristal de roche, nacre, corail et tourmaline, **Robert Goossens, 2 700 €.**
Créoles dorées des îles, or rose et perles de culture, **Christian Dior joaillerie, 2 600 €.**
A la main droite, bague Coquille, or jaune et diamants, **Christian Dior joaillerie, 1 550 €.**
A la main gauche, bague, or blanc, quartz, tanzyte et diamants, **Poiray, 7 170 €.**
Tee-shirt Comme Cabaux.

A droite
Collier Cascade, or jaune et perles de Tahiti, **Daniela Baumgartner, 8 278 €.**
Bracelets d'oreilles Cire, baguettes or blanc et perles de Tahiti, **Nadine Pagliani, 1 900 €.**
A la main droite, bagues Adam, or gris et diamant, et Eve, or jaune et diamant, **Ann Girard, 1 060 et 660 €.**
A la main gauche, bague Pentagon, or, **Cartier, 5 140 €.**
Bracelet Beckett, argent, **Dinh Van, 400 €.**
Débardeur Calvin Klein.

pas défini celui-ci comme « un petit objet ouvragé, précieux par la matière ou par le travail et servant à la parure » ?

Au fond, peu importe le terme, seule compte l'émotion esthétique… à laquelle les femmes succombent d'autant plus facilement qu'elles peuvent désormais le faire sans rendre de compte à personne et en signant elle-même le « gros » chèque. Car, autonomie financière aidant, ces dames semblent être de plus en plus nombreuses à s'offrir elles-mêmes un bijou. Aucun chiffre précis n'existe, mais Hubert Lapipe, directeur de Société 5, un institut d'études spécialisé, affirme que cette tendance apparaît nettement dans toutes les analyses de consommation menées ces dernières années. Et cela vaut aussi bien pour le bijou modeste – de 50 ou 100 € – que pour la grosse pièce. « Certaines de mes clientes dépensent volontiers 3 000 €, affirme Francine Chouy, directrice générale adjointe de Poiray. Elles veulent quelque chose qui leur plaira vraiment, comme ces grosses bagues, parfaites dodues, confortables, colorées, qu'elles pourront faire tourner sur leur doigt pour les admirer. »

Ce n'est pas pour épater la galerie que les femmes s'offrent un bijou, mais par plaisir. Et c'est sans doute pour nouer cette relation intime que l'on demande tant à ce suprême accessoire : il doit être doux au toucher, agréable à porter – léger, peu encombrant ou doté d'angles vifs – et même être amusant et ludique ! Les colliers se font flexibles pour suivre avec grâce les mouvements de la tête, les boucles d'oreilles tintent avec le vent, la bague s'orne de pampilles qui s'agitent en tout sens lorsque l'on bouge la main, confirmant au moindre geste une élégance pleine de désinvolture. Parfois, l'objet délivre des secrets, des messages, des symboles à l'usage exclusif de celle qui le porte. Selon le Comité professionnel du développement de l'horlogerie, de la joaillerie et de l'orfèvrerie (CPDH BIJ), il s'agit même d'une tendance assez forte : c'est un dizaine en cristal de roche au fond duquel se niche un petit diamant à peine visible pour autrui (bague Transparence, de Mauboussin), c'est le mot doux gravé au flanc d'un bracelet, le nœud de soie à nouer lorsque l'on fait un vœu, le cadeau qui enlève le mauvais sort… (collection le Baiser du dragon, de Cartier).

Séduite par une offre toujours plus large – de Tati or à Boucheron en passant par le Manège à bijoux, Histoires d'or, Didier Guérin ou Marc Orian, il n'y a jamais eu autant d'enseignes – les Français(es) achètent de plus en plus. « En 1998, 1999 et 2000, estime Hubert Lapipe, les ventes ont progressé de 5 % par an, ce qui est considérable dans un secteur d'ordinaire assez atone. »

C'est l'ensemble du marché, tous niveaux de prix confondus, qui a été bouleversé. Place Vendôme, la prise de contrôle des anciennes maisons indépendantes par les industriels du luxe a radicalement changé la donne : Van Cleef & Arpels appartient désormais au groupe Richemont, déjà propriétaire de Cartier et de Piaget, Fred et Chaumet sont tombés dans l'escarcelle de LVMH, Gucci a racheté Boucheron. « Ces groupes ont donné à

La saison dernière, les perles étaient portées par les eaux, neuvres au sein d'une huître généreuse, gorgées de nacre, les perles se languissaient une fois pâlichées hors du bain. Tout au plus s'allongeaient-elles gaiement, petites et blanches, encadrant de jolis minois. Ici une rangée pour un collier raz du cou classique, là une seule blanche vissée à chaque oreille. Ou une autre mentée sur une bague. Aujourd'hui, de la perle, on s'emmaillote. Quand jaillit des mers du Sud la perle noire.

« La reine des perles, la perle des reines », dit un

robe sombre, noire ou anthracite, la perle de Tahiti tranche, en effet, sur les peaux japonaises et les perles chinoises d'eau douce d'une blancheur éclatante. Elle s'en distingue également par sa taille, atteignant jusqu'à 19 millimètres de diamètre, soit cinq de plus que ses concurrentes les plus douces. Cette double origi-

Pour Lagerfeld Gallery – sa griffe personnelle – Karl Lagerfeld en a paré les mannequins de son défilé. En octobre dernier, elles habillaient leurs cheveux, s'épanouissaient le long de leurs tresses, enchâssées, de loin en loin, dans un délicat ruban en mousseline de soie.

Ces bijoux sont nés sous l'impulsion de Robert Wan, homme d'affaires chinois né en Polynésie et leader de la production perlière tahitienne. Il avait lassé l'imposante perle noire au rang des pierres les plus précieuses et dépoussiéré la

gance, sans lui trop classique, des alignements de perles blanches. Une approche résolument moderne que partage Jean-Charles de Castelbajac. En novembre dernier, le créateur s'associait à Pearl, un nouveau concept d'accessoires-bijoux « Sa collection mélange les perles tahitiennes, celles venues de Chine, les diamants, les rubans de satin, le cuir, les plumes pour créer des bagues, des amulettes ainsi que des détails de vêtements : attaches sangles, cartouchières, boucles de ceinture. Pour Jaquet, John Galliano (qui a hérité à nouveau le style punk de sa collection à ses fantasmes de femme romantique dans

des colliers d'éponges à mauvais décoctés de perles. Marlin Costa, ex-biologiste océanographe directeur du groupement d'intérêt économique de la perle de Tahiti, n'est pas étranger à cet embellement. Il œuvre, depuis 1993, pour la reconnaissance de ce trésor caché depuis à peine trente ans. « Les joailliers français ont été les plus difficiles à convaincre », convient-il. Pourtant, en 1995, les magasins de la place Vendôme acceptent de réaliser quelques modèles destinés à promouvoir la perle polynésienne auprès des professionnels de la bijouterie. Leurs créations ont immédiatement séduit la clientèle. D'ailleurs, le collier porté par Julia Roberts dans Ocean's Eleven n'était pas prêté.

Cette folie perlière ne fait que commencer. Jean-Paul Gaultier devrait y céder dans sa collection printemps-eté 2004. De son côté, le GIE Perles de Tahiti annonce sa collaboration prochaine avec des stylistes américaines telles que Kaelus, l'étoile montante de la mode outre-Atlantique. Robert Wan, qui, au printemps, lancera en France sa première collection, promet de nous faire découvrir d'autres merveilles. « Des perles encore plus rares telles l'aile de mouche, la verte, la gold. « Et aussi… une rouge cerise. Le marché de la perle s'annonce des plus colorés.

● **Catherine Maluszewski**

Perle baroque de Tahiti (en haut), Perles de mers du Sud, Tahiti, Indonésie et Australie, perle d'eau douce de Chine (en bas). Collection de la galerie joaillerie du 89 des perles.

DANIELA BAUMGARTNER
WWW.DANIELA-BAUMGARTNER.COM