

AMA

— Art Media Agency —



NEWSLETTER

341

2 novembre 2022

ARTCURIAL



17,50 carats, taille émeraude,
D - VS1 - IIa

Vendu : 1 274 400 €



Guillemin & Soullaine
Circa 1970

Vendu : 328 000 €



Van Cleef & Arpels
Circa 1935

Vendu : 44 600 €

MONACO AUCTION WEEK

Jewellery for ever

Vente aux enchères
Janvier 2023

Hôtel Hermitage Monte-Carlo

Clôture du catalogue
début décembre

Contactez-nous pour inclure
un lot dans la vente

Julie Valade
+33 (0)1 42 99 16 41
jvalade@artcurial.com

artcurial.com



SINCE 1905

Inspired to shine



KGK.LIVE

An opportunity to explore the responsibly sourced finest diamonds in every color, shape and size.



kgkgroup.com

ANGOLA • BELGIUM • BOTSWANA • BRAZIL • CHINA • CHINESE TAIWAN • HONG KONG SAR
INDIA • JAPAN • MOZAMBIQUE • NAMIBIA • SOUTH AFRICA • THAILAND • UAE • USA

AGUTTES

MAISON DE VENTES AUX ENCHÈRES

Vente en préparation

BIJOUX

Décembre 2022

En totalisant plus de 6 millions d'euros au premier semestre 2022, notre département obtient son **meilleur résultat depuis sa création.**

Chaumet
Collier « Draperie »
Vendu 405 000 €



Bague « Diamants »
Vendue 172 000 €

Broche « Devant de corsage »
Vendue 109 000 €

Nos acheteurs, à 80 % internationaux, recherchent principalement des diamants et pierres précieuses de qualité, des bijoux anciens et bijoux signés des maisons Cartier, Van Cleef & Arpels, Boucheron, Bulgari, Chaumet ainsi que, pour les plus spécialisés, des créateurs Belperron, Boivin, Templier, Lacluche... Également des perles fines pour lesquelles nous sommes spécialisés.

Expertises & conseils

dans nos bureaux à Neuilly-sur-Seine, Lyon et Bruxelles, dans vos régions ou à votre domicile

Philippine Dupré la Tour

+33 (0)1 41 92 06 42 • duprelatour@aguttes.com

Avec la collaboration d'Éléonore des Beauvais et Adeline Juguet

Aguttes, un leader du marché de l'art international

En 2021, notre maison familiale connaît une progression de **64 %**. **1^{re}** maison de ventes indépendante et **4^e** opérateur en France*, **90** adjudications supérieures à 100 000 €, **12** records mondiaux, **69** préemptions, **68** collections particulières, **3** ventes en « gants blancs ».

Ne vendez pas sans nous consulter !

* sur l'ensemble des ventes, dans la catégorie Art et objets de collection



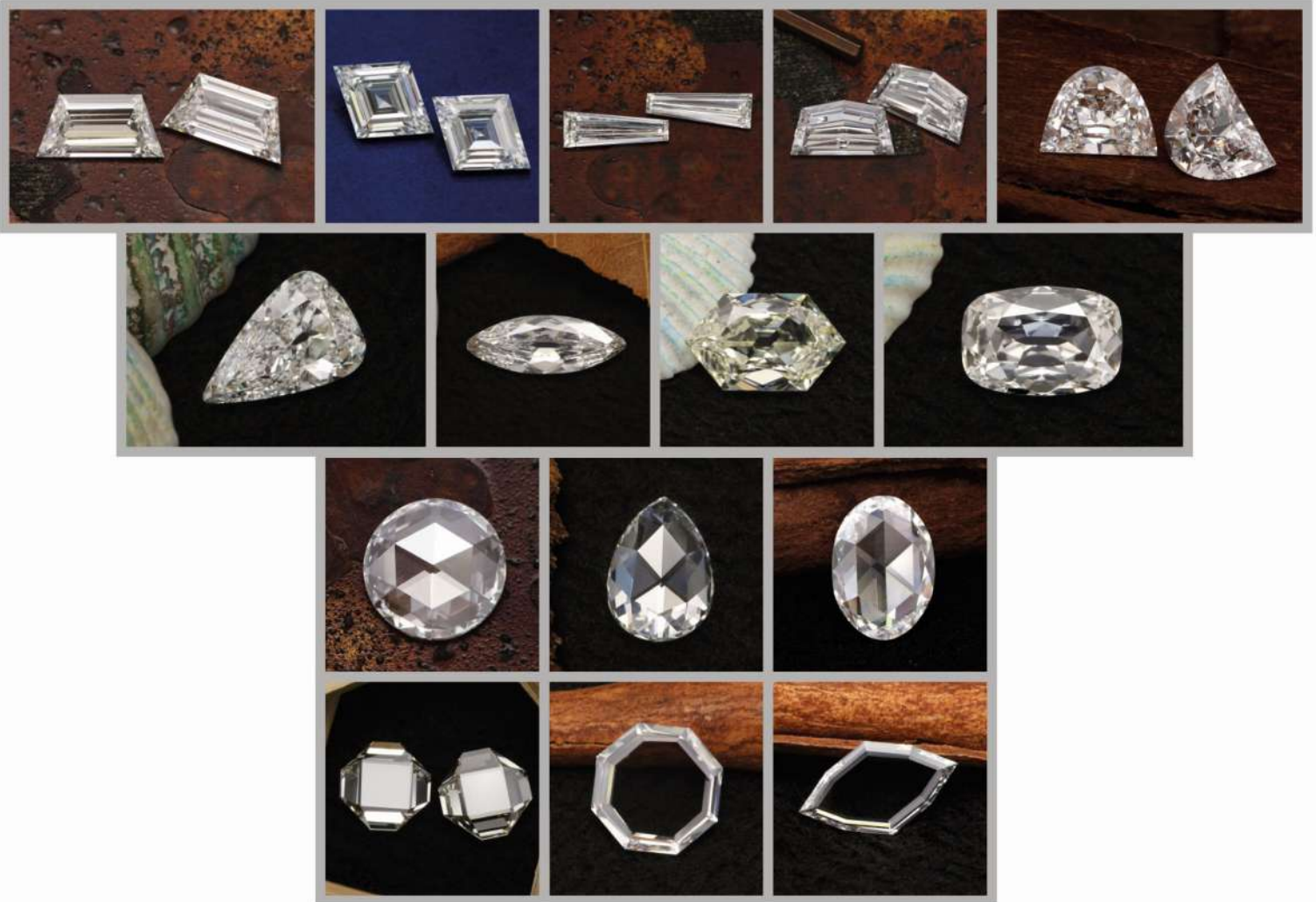
Abonnez-vous à nos newsletters en scannant le QR Code

Neuilly-sur-Seine • Paris • Lyon • Aix-en-Provence • Bruxelles
aguttes.com | suivez-nous | @ f t i n y t u b

G R E A T D I A M



We Shape Your Desire



OLD CUT ◆ STEP CUT ◆ ROSE CUT ◆ MATCHING PAIRS ◆ CUSTOMIZED CUT

 www.greatdiam.com

 ny@greatdiam.com



AMA

— Art Media Agency —

Direction de la publication:	Pierre Naquin
Rédaction en chef:	Carine Claude Stéphanie Perris Gilles Picard Clément Thibault
Secrétariat de rédaction:	Carine Claude Stéphanie Perris
Auteurs:	Carine Claude Jeanne Mathas Diotima Schuck
Traduction:	Fui Lee Maisha Schimpelsberger
Conception graphique:	Pierre Naquin
Maquette:	Pierre Naquin Nadège Zeglil
Relecture:	Stéphanie Perris Ahfine Zeglil
Retouches:	Olivier Guitton
Contact:	news@artmediaagency.com
Diffusion:	240.000+ abonnés numériques 2.000 copies imprimées



MIRANDA
group & Co.

Now, we present to you

*the most captivating color
in the world.*

Paraiba Tourmaline.

*Being the biggest mines part of our company,
technological and Certified mines, in Brazil, Mozambique and Nigeria.*

*The dark of the ocean, in its highest clarities and nicest color shades,
cut to perfection,
stone by stone.*

*Thousands of cts every year,
without dropping ours standards.*

*All this labor of love,
for you.*



MIRANDA GROUP COMPANY LIMITED

Unit 204B, 2nd Floor, Tower 2, Harbour Centre,
8 Hok Cheung Street, Hunghom, Kowloon, Hong Kong.
enquiry: info@mgcl.hk +852 23657708 www.mgcl.hk

PIASA
CURATED AUCTION HOUSE IN PARIS

Bijoux et Horlogerie

mercredi 9 novembre 2022 à 16h



Georges Fouquet
40000/ 60000€

PIASA

118 rue du Faubourg
Saint-Honoré
75008 Paris
contact@piasa.fr
Tél. : +33 1 53 34 10 10

Contacts

Véronique Tajan
v.tajan@piasa.fr
Dora Blary
T. +33 (0)1 53 34 13 30
d.blary@piasa.fr



SOMMARI



Turquoises

Courtoisie Herbert Stephan, GemGenève

ÉVÉNEMENT

GemGenève Automne 2022 _____ **12**

INTERVIEW

Nadège Totah et Mathieu Dekeukelaire _____ **22**

EXPOSITION

Collection Fabergé _____ **30**

FOCUS

Micro-mosaïque _____ **38**

RENCONTRE

Olga Oleksenko et Natasha Kietiene _____ **46**

PORTRAIT

Michel Kamidian _____ **54**

ANALYSE

Marché de la joaillerie _____ **60**

ZOOM

Nouvelle gemmologie _____ **68**

GRAND ANGLE

Éthique et joaillerie _____ **74**

EVERETT



GEMGENÈVE, LA FINE FLEUR DE LA JOAILLERIE MONDIALE

Quelques mois après son édition de printemps, GemGenève s'installe à nouveau du 3 au 6 novembre 2022 dans le hall 6 de Palexpo. Et fait la part belle à sa programmation culturelle.

Le challenge était de taille. Cinq mois seulement après son édition de printemps, GemGenève revient avec une affiche au complet rassemblant 170 exposants venant du monde entier pour célébrer l'excellence de la joaillerie. Pierres précieuses, gemmes rares et uniques, perles, bijoux anciens, créations historiques et contemporaines... Il faut dire que l'édition de mai 2022 a été plébiscitée par les exposants et le grand public qui en redemandent. Avec 4.850 visites enregistrées au printemps dernier, dont plus de 3.000 entrées publiques, les organisateurs ont de quoi se réjouir. « Nous n'avions prévu initialement qu'une seule édition en 2022. Mais après la réussite de l'édition de mai et à la demande expresse de nos exposants, nous avons décidé d'organiser une deuxième édition en novembre 2022 à Genève, mais cela ne devrait pas être la norme à l'avenir », déclare Ronny Totah, cofondateur de ce salon créé en 2018 pour proposer une alternative aux salons professionnels de la joaillerie, peu enclins à s'ouvrir au grand public. Du 3 au 6 novembre, GemGenève fait ainsi son retour à Palexpo dans une nouvelle halle de plain-pied. Un calendrier bien choisi, puisqu'il coïncide avec les grandes ventes aux enchères d'automne de la Geneva Luxury Week.

« Par les exposants, pour les exposants »

Fondée en 2018 par deux marchands genevois de pierres précieuses et de bijoux, Ronny Totah et Thomas Faerber, GemGenève a été imaginé et pensé « par des exposants pour des exposants », selon la formule désormais consacrée. L'idée ? Montrer au grand public l'écosystème souvent méconnu de ce milieu feutré, pour ne pas dire discret. Marchands de pierres précieuses, de diamants, de perles et de

bijoux y côtoient les laboratoires de gemmologie, les fabricants, les libraires spécialisés, les experts et les historiens de renommée internationale. Selon ses fondateurs, GemGenève est ainsi né d'un besoin du marché et d'une opportunité jusqu'à l'inexploitée [voir encadré p.24]. « GemGenève, nouvelle génération de salons professionnels, souhaite rester un salon à taille humaine et au caractère familial. Véritable hub de rencontre entre professionnels et passionnés de joaillerie, il n'a à ce jour aucun équivalent », poursuit Ronny Totah. Il y en a en effet pour tous les goûts : des bijoux abordables, en passant par des pièces exceptionnelles, voire rarissimes, jusqu'aux gemmes anciennes et historiques en passant par les créations contemporaines, sans oublier les diamants, les pierres précieuses, les pierres de couleur et les perles naturelles ou de culture. La notion de hub et de laboratoire d'idées, chère aux organisateurs, fédère large : créateurs de bijoux, marchands de pierres précieuses, détaillants, collectionneurs, connaisseurs, acheteurs professionnels et privés, experts, institutions muséales et écoles d'art.

Conférences et tables rondes

« **Bulgari Jewels, history of Bulgari and creation of its style** »

par Amanda Triossi

« **Collecting antique jewelry** »

conversation croisée entre Helen Molesworth (Senior Curator of the Jewellery Gallery at the V&A Museum) et Vivienne Becker (auteure et historienne du bijou)

« **Fabergé et son influence sur ses contemporains** »

par Olivier Bachet

« **Micro-mosaïques : une présentation de la Collection Gilbert** »

par Alice Minter, conservatrice de la collection de Rosalinde et Arthur Gilbert du Victoria & Albert Museum

« **Micro-mosaïques et mosaïques romaines** »

discussion croisée entre Alice Minter et Sophie Bärtschi, conservatrice des Site et Musée romains d'Avenches

« **ROMAMOR: mosaic jewelry from the Imperial Napoleonic court to the archeological revival** »

par Andrea Petoichi et la professeure Anna Maria Massinelli, ex-conservatrice de la collection Gilbert et autrice de la monographie de Giacomo Raffaelli

« **Entre science et commerce, ce que les noms des pierres disent de nous** »

table ronde organisée par l'Association Gemmologie et Francophonie sur les enjeux de la dénomination des pierres précieuses et ses aspects juridiques

« **What Makes Exceptional Design** »

table ronde animée par l'influenceuse Katerina Perez avec David Roux-Fouillet, responsable du département Design Produits, Bijoux et Accessoires de la HEAD Genève, l'expert Olivier Bachet et Vivienne Becker, historienne de la joaillerie

« **L'enseignement en joaillerie : les entreprises formatrices** »

table ronde et *workshop* sur invitation, entre l'ASMEBI, le CFP Arts Genève, l'OFPC et les entreprises

« **Exploring gemstone mining: Sri Lanka and Zambia** »

par Richa Goyal Sikri, journaliste

« **Les Trésors de Toutankhamon et son héritage en joaillerie** »

par Gislain Aucremanne, historien du bijou

Mahenge Gems, Sunny Gem, Miranda Group (Hong Kong), ou encore Heritage Signed Jewels (Portugal).

Du côté de l'Asie, grand marché des gemmes et de la joaillerie, Mahenge Gems de Singapour montre des pierres de couleur provenant de la célèbre région de Mahenge en Tanzanie, d'Afrique de l'Est et du Sri Lanka. Il faut dire que la société possède un accès direct aux mines de Mahenge où elle sélectionne les plus belles pierres précieuses. Et est représentée au Sri Lanka, l'une des capitales mondiales des pierres précieuses de couleur. Toujours à Singapour, Madly s'approvisionne elle aussi directement en Tanzanie, d'où proviennent certaines des pierres précieuses les plus étonnantes au monde. « Il n'existe pas deux pierres précieuses de couleur identique, et elles sont souvent bien plus rares que les diamants blancs », selon les dirigeants de cette entreprise membre du programme d'accréditation éthique de l'International Coloured Stone Association, le premier de ce type dans l'industrie des pierres de couleur [voir p.74].

La Suisse est bien évidemment à l'honneur parmi les exposants. Fondé par Cyrille de Foucaud il y a une vingtaine d'années, Orphéo Genève est spécialisé dans l'achat, la vente et l'expertise de bijoux anciens et historiques, de pierres précieuses, montres de collection et objets d'art insolites. Filippo G&G, qui dispose de son propre atelier lapidaire basé au cœur de la vieille ville de Genève, se consacre aux pierres précieuses et semi-précieuses de couleur, tandis qu'Edigem, basé à Zurich, s'intéresse aux bijoux anciens et *vintage*. Toujours à Genève, Golay Fils & Stahl, une maison ancienne fondée en 1837, crée et fournit des bijoux exclusifs, mais aussi achète et vend des diamants, des pierres de couleur, des bijoux *vintage*, anciens et signés. Une tradition familiale qui se poursuit aujourd'hui depuis six générations.

Parmi les exposants, 144 marchands professionnels en provenance de 19 pays ont, malgré le rapprochement entre les deux éditions du salon, décidé de revenir. « Le pourcentage de réinscriptions entre l'édition de mai et de novembre 2022 atteint plus de 80 %, se réjouit Ronny Totah. Plus de 43 exposants participent pour la 5^e fois à GemGenève et plus de 24 exposants découvriront le salon

pour la première fois. » Les exposants américains caracolent en tête et représentent à eux seuls un quart des participants. Ils sont suivis par ceux de Suisse, de Hong Kong, d'Israël, d'Allemagne, de Belgique, de Thaïlande, d'Inde et de France. Les nouveaux venus sont représentés par des maisons telles que Ashok Jewellers (Inde), Arslanian Group (Belgique), House of Art, Madly,



Bague *Agartha*, Alexandra Jefford
Courtoisie Alexandra Jefford. GemGenève





Chaussure Dance of Nature
Courtoisie Diva Jewels. GemGenève



« Nous accordons autant d'importance aux pierres précieuses, au design de bijoux et à la joaillerie qu'à la création d'une réelle solidarité unissant la communauté internationale de marchands de pierres précieuses et de bijoux anciens, de designers et de passionnés de joaillerie. — *Thomas Faerber*

À côté de ces maisons établies, GemGenève ouvre également ses portes aux talents émergents. Une section entière du salon pilotée par Nadège Totah, la fille du cofondateur, leur est d'ailleurs dédiée. « Le travail de ces créateurs est exposé dans un espace dédié au cœur de GemGenève, explique-t-elle. Un espace dans lequel les visiteurs pourront découvrir et apprécier le nouveau dynamisme qui anime la joaillerie aujourd'hui. » Cette année, la section « Emerging Talents » présente, entre autres, les travaux de Wallis Hong artiste bijoutier multidisciplinaire autodidacte né en Chine et qui vit en Espagne ; de Serendipity Jewelry créé en 2017 à Paris par Christine Chan et de l'atelier de bijouterie Vincent Michel qui propose du sur mesure et une collection haute joaillerie constituée de pièces uniques. Quant à lui, le « Designer Vivarium », curaté par Vivienne Becker, accueille comme chaque année les nouveaux designers, notamment l'Estonien Tenzo, déjà présent lors des précédentes éditions et qui dévoile sa nouvelle collection.

Expositions à foison

Mais ce qui fait le sel de GemGenève, c'est sa programmation éducative et culturelle. Pour les fondateurs du salon, il s'agissait non seulement de rassembler la profession, mais aussi de lui donner la parole quant à l'avenir de ses métiers, souvent méconnus du grand public. D'où sa coopération avec les écoles d'art, de bijouterie, de joaillerie ou encore d'horlogerie, histoire de passer le flambeau à la nouvelle génération. La HEAD, Haute école d'art et de design de Genève, présente des projets de bachelor d'étudiants du département Design Produit, Bijou et Accessoire, tandis que l'Association Romande des Métiers de la Bijouterie (ASMEBI), qui chapeaute l'organisation des

formations techniques de la bijouterie et de la joaillerie, expose ses cursus professionnels. Pour donner envie et pourquoi pas créer des vocations, rien de tel que de montrer *in situ* la fabrication d'un bijou. Deux établis sont ainsi installés au cœur du pôle éducatif du salon pour découvrir la réalisation technique traditionnelle des pièces de joaillerie, allant de la fabrication de la monture et des chatons à l'étape de sciage et limage, mais aussi tout le travail créatif qui la précède comme les dessins ou les gravures sur cire. À la démonstration, des étudiants des différentes écoles d'art de la région — le centre de formation professionnelle Arts de Genève (CFP Arts), le centre de formation professionnelle neuchâtelois (CPNE Pôle Arts Appliqués) et l'École technique de la vallée de Joux (ETVJ). Pendant le salon, un nouveau concours de gouachés entre les trois écoles est lancé sur le thème « Rien ne se perd, tout se transforme ». Et pour que tous les métiers, et pas seulement les créatifs, soient représentés, le salon accueille également le CREA Genève — OMNES Education, une école proposant des formations Bachelor et Master en Marketing, Communication et Digital du luxe.

Côté culture, le salon a établi depuis plusieurs éditions un partenariat avec le Grand Théâtre de Genève qui expose cette année les costumes du premier opéra de sa saison 2022/2023, *La Juive*. Une manière de mettre en valeur le travail des ateliers et de créer un lien entre deux univers de savoir-faire d'excellence, les costumes de scène et la joaillerie. Surtout, l'édition automnale de GemGenève se distingue des précédentes par sa programmation d'expositions XXL.

Trois événements à l'intérieur de l'événement : « Quarante ans de la Fondation Igor Carl Fabergé » [voir p.30], « L'art de la micromosaïque » [voir p.38] et « The Gem Museum, Singapour » [voir encadré p.70].

Pour la première, une centaine de pièces de Fabergé sont exposées dont trois œufs impériaux. Un événement dont la portée s'étend au-delà même du salon puisque parmi les œufs exposés, deux sont présentés pour la première fois au public et seront publiés dans le prochain catalogue raisonné consacré à ce mythe de la joaillerie. Plus méconnu, l'art de la micromosaïque se redécouvre avec des pièces prêtées par des exposants, des institutions muséales et des collectionneurs privés. Une plongée à la loupe dans cet art de la miniature où se dévoilent motifs d'oiseaux, sujets mythologiques et images de monuments célèbres. Autant de thèmes chers à la fin du XVIII^e et au début XIX^e dans l'esprit du Grand Tour. Mais aussi des pièces contemporaines... et romaines en provenance du site d'Aventicum. Alice Minter, conservatrice de la Collection de Rosalinde et d'Arthur Gilbert, au V&A Museum) et Sophie Bartschi, conservatrice des sites et du musée d'Avenches viendront en parler en public pendant leurs conférences [voir encadré p.14]. Installé dans l'espace « La Villa » au cœur du salon, The Gem Museum de Singapour présente une exposition de pierres précieuses et des ateliers de sensibilisation scientifique permettant la manipulation, l'observation et la découverte de l'univers fascinant des belles pierres. Car GemGenève, c'est surtout ça : s'émerveiller et rêver devant les plus belles pierres du monde.





MINI JEWELRY



Spinelle rouge rosé

Courtoisie Mahenge Gems. GemGenève

«L'ESPRIT DE GEMGENÈVE, C'EST L'HOSPITALITÉ»

Pour monter cette édition en un temps record, les organisateurs de GemGenève ont entretenu un dialogue permanent avec leurs exposants. Une histoire de confiance, de valeurs partagées et d'émulation.

Fondé en 2018 par Ronny Totah et Thomas Faerber, GemGenève célèbre en novembre 2022 sa 5^e édition. Autour d'eux, une petite équipe pilotée par Mathieu Dekeukelaire et Nadège Totah s'affaire à l'organisation de ce salon « à taille humaine ». Un challenge puisque l'édition de novembre s'est montée en cinq mois à peine, forte du succès du précédent GemGenève qui s'est déroulé en mai 2022. Coup d'œil dans les coulisses du montage de l'événement avec pour guides Mathieu Dekeukelaire et Nadège Totah.

Parlez-nous de votre édition de mai. Quels retours en avez-vous eus ?

Nadège Totah : Le succès de l'édition de mai dernier a assis notre positionnement par rapport au marché international. Toute la profession était au rendez-vous et a loué la qualité du salon. Bien que GemGenève soit encore un jeune salon, nous nous sommes affirmés et désormais, l'événement est inscrit dans le calendrier des exposants.

Mathieu Dekeukelaire : Pour leur part, les acheteurs ont souligné plusieurs points positifs lors de l'édition de mai. Tout d'abord, l'ambiance du salon. L'esprit de GemGenève, c'est avant tout l'hospitalité, pour les acheteurs comme pour les exposants. Ensuite, c'est un salon à taille humaine, à la différence de certains gros événements du secteur, comme ceux qui se déroulent en Asie, par exemple. On peut tout faire en une journée sans se mettre au pas de course : faire son repérage, prendre des contacts et découvrir la programmation culturelle. Le troisième point, et non des moindres, est la haute qualité des pièces qui sont présentées sur le salon.

Quelle est la vocation de GemGenève, son âme ? Quelles sont ses valeurs ?

NT : Nos exposants ont carte blanche. Pour nous, c'est un grand bonheur, car en tant qu'organisateur, nous découvrons les pièces en même temps que les visiteurs. Même si ça complique un petit peu les choses d'un point de vue opérationnel ! Nous n'avons pas de regard sur le choix des pièces, mais dès les débuts du salon en 2018, nous avons fixé quelques règles générales, comme celle de fournir des efforts de présentation. Et nous sommes ravis, car tous nos exposants jouent le jeu avec des stands de grande qualité. L'autre point essentiel que l'on rappelle aux exposants, c'est l'éthique. Et nous sommes très à cheval là-dessus. Si jamais ils venaient à avoir un doute sur une signature ou une provenance, il vaut mieux ne pas présenter la pièce. La transparence est essentielle dans notre métier et sur notre salon, car le public y est mélangé. Cette histoire de confiance est importante également entre les marchands eux-mêmes. Pour eux, la question de la provenance, par exemple, est un point de vigilance dans leurs activités quotidiennes.

*3 questions aux... fondateurs***Et comment choisissez-vous les participants ?**

MD : Il n'y a pas de comité de sélection comme dans une foire d'art, car notre force est de bien connaître nos exposants. C'est un milieu très petit à l'international, tout le monde se connaît. Les familles des deux fondateurs, Ronny Totah et Thomas Faerber sont reconnues et respectées par le milieu. Elles ont un fort capital confiance et tous les exposants reconnaissent la qualité de leur travail. La sélection des participants se fait en concertation. Et bien entendu, certains exposants que l'on ne connaît pas forcément sont également invités à venir au salon. Cette variété en fait la richesse.

NT : Dans ce milieu, nous sommes souvent des enfants de marchands, eux-mêmes issus de familles qui travaillent dans cet univers depuis plusieurs générations. La confiance est capitale dans notre domaine, c'est un petit monde.

Quels publics viennent en visite à GemGenève ?

MD : Des familles, des curieux, des professionnels, des étudiants, des amateurs de belles choses... En fait, nos publics sont extrêmement variés. En mai 2022, nous avons enregistré plus de 3.000 visiteurs. L'univers des bijoux et des pierres précieuses est passionnant et il vous happe quand on commence à mettre le nez dedans. N'oublions pas que les pièces de joaillerie s'inscrivent souvent dans l'art et dans l'Histoire.

NT : Les salons de joaillerie sont souvent des salons professionnels. Nous avons voulu faciliter cet accès au grand public pour qu'il puisse approcher des pièces d'exception de près et en discuter avec les experts sur place. C'est d'ailleurs pour cette raison que nous n'avons pas souhaité mettre de portes aux stands. Nos exposants sont disponibles pour transmettre, échanger et partager. Dans d'autres salons, approcher des bijoux, des gemmes ou de la joaillerie peut être intimidant. Ici, l'atmosphère est très différente, plus conviviale.

Ronny Totah et Thomas Faerber sont les fondateurs de GemGenève.

Pourquoi avoir créé GemGenève ?

Ronny Totah : En tant qu'exposants, nous savions ce que nous attendions d'un salon, ce qu'on aimait ou non, ce qui nous manquait. Nous nous sommes donc dit que pour réussir, il fallait faire un salon dans lequel nous sentions bien. Lorsque nous sommes passés de l'autre côté de la barrière, nous n'avions aucun plan. Malgré tout, les gens nous ont suivis puisqu'on leur proposait un salon différent des autres. Nos âges et nos réputations respectives ont beaucoup aidé. Et puis, nous sommes entourés de nos enfants et de professionnels de l'événementiel.

Qu'est-ce qui fait la spécificité du salon ?

Thomas Faerber : C'est un salon créé par les exposants, pour les exposants. Notre but n'est pas de gagner de l'argent comme la plupart des organisateurs, même si un salon doit, bien entendu, être équilibré financièrement parlant. L'idée était de créer une nouvelle alternative de foire pour notre profession.

Contrairement à de nombreux salons professionnels, le vôtre est tourné vers le culturel. Pourquoi ?

Ronny Totah : Créer des passerelles est une volonté. Le but de GemGenève n'est pas financier, l'objectif de GemGenève est de faire un événement. Nous souhaitons susciter un intérêt et puis surtout donner l'envie de revenir. Au fond, on fait cela par plaisir...

Pourquoi avoir pris cette décision d'ouvrir au grand public ?

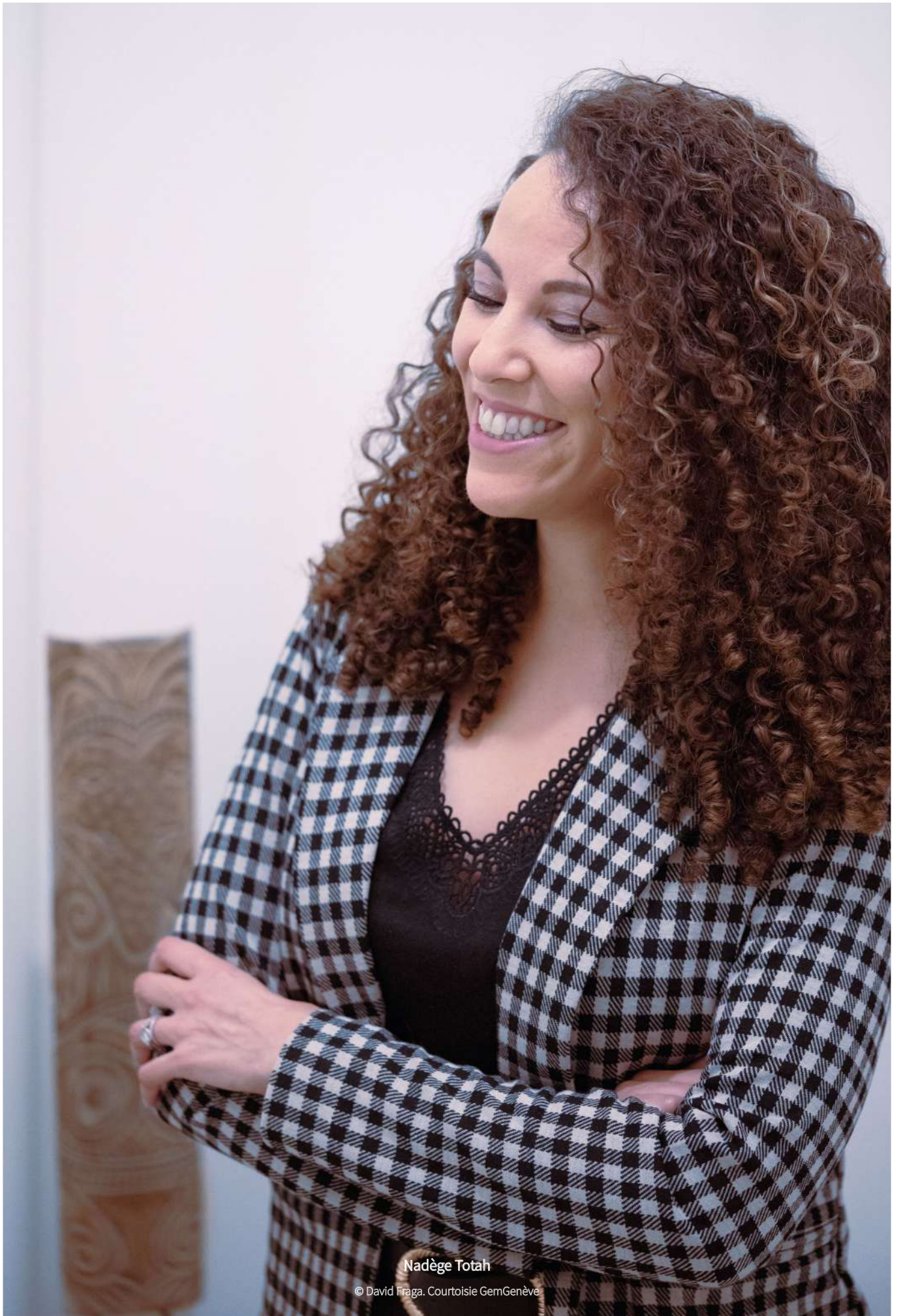
NT : La plupart de nos exposants sont bien souvent des marchands qui vendent eux-mêmes à d'autres marchands. Mais nous sommes toujours ouverts pour recevoir des demandes de particuliers. Il s'agit aussi de lever le voile sur nos métiers pour créer des vocations. D'où les écoles et les conférences culturelles qui sont invitées dans le cadre de notre programmation pour assurer la pérennité du milieu et valoriser tout un patrimoine culturel et scientifique qui n'est pas forcément connu de tous. Les savoir-faire de la joaillerie sont souvent moins visibles que ceux de la mode. Notre salon permet de les découvrir.

MD : Un autre point important est que les marchands possèdent fréquemment des pièces anciennes de joaillerie. Des personnes peuvent être intéressées par ces pièces pour les collectionner en tant qu'objets d'art. Bien entendu, les marchands sont présents sur le salon pour vendre, mais lorsqu'ils présentent des pièces de haute qualité, ils défendent aussi un patrimoine culturel.

Pourquoi avoir relancé une nouvelle édition du salon en novembre ?

MD : En mai, nous avons déjà des discussions et des idées au sujet de notre future édition. Lorsque nous avons échangé avec nos acheteurs et nos visiteurs de l'édition du printemps, cette demande pour un salon d'automne a émergé. Ce n'est qu'à partir de là que nous avons relancé la machine, en repartant pour ainsi dire de zéro, car pour des questions de disponibilités, nous avons dû changer de hall d'exposition à Palexpo, et donc tout repenser en termes d'espace, de circulation, de scénographie. Sans compter la programmation culturelle qu'il a fallu construire en cinq mois à peine. Quelque part, nous avons l'habitude : entre le salon inaugural de 2018, puis les reports et interruptions du Covid, puis la relance du salon, etc. En fait, chaque année, nous repartons quasiment sur une édition zéro.

NT : Aucune de nos éditions ne se ressemble. Nous changeons tous les emplacements à chaque fois en essayant, par exemple, de ne



Nadège Totah

© David Fraga. Courtoisie GemGenève

Il y a une histoire derrière chaque pierre, derrière chaque pièce. Les gens veulent de plus en plus porter un bijou qui a un vécu, une histoire. Depuis une dizaine ou une quinzaine d'années, il y a un attrait pour le bijou *vintage* qui revient. Ce n'est pas un bijou neuf, il a été porté parfois il y a plus de cent ans, une émotion s'en dégage. — *Nadège Totah*

Les marchands sont des chercheurs. Ils entretiennent des liens particuliers avec leurs clients, comme les galeristes. Ils vont aller chercher pour eux telle pièce ou telle pierre. Ce petit côté chasseur de trésor constitue tout un pan du travail des marchands. — *Mathieu Dekeukelaire*

pas mettre deux diamantaires côte à côte. Tout le monde est sur un pied d'égalité. L'autre règle est de ne jamais mettre de grands stands sur le devant, mais plutôt quelque chose d'attrayant pour le public.

Becker, l'association Gemmologie et Francophonie. Comme les exposants viennent d'univers très variés, nous essayons d'illustrer cette diversité dans le panel des conférences, pour qu'elles touchent aussi bien à la gemmologie et au laboratoire, qu'à l'histoire des maisons, des designers et des mouvements artistiques ou encore aux enjeux et à l'avenir de la profession.

Comment déterminez-vous votre programmation culturelle ?

MD : Tout se crée naturellement grâce à l'engagement de chaque participant. C'est en discutant avec une historienne, un expert, un exposant que les sujets surgissent. L'élaboration du programme repose sur trois piliers : la liberté pour chacun de nous proposer quelque chose, l'adéquation du projet avec l'esprit de notre salon et une construction pas-à-pas, un *feeling* si vous voulez. C'est, par exemple, le cas de l'exposition Fabergé [voir p.30]. La fondation Igor Carl Fabergé nous a contactés lorsque nous étions en train de préparer notre exposition sur l'émail en mai dernier. Ils nous ont proposé un prêt d'œuvres en relation avec ce sujet. Nous avons ainsi exposé trois ou quatre pièces de chez eux. Ils ont été convaincus par le succès et la qualité de cette exposition. C'est ainsi que l'idée d'une exposition dédiée à la fondation Igor Carl Fabergé a vu le jour. Pour notre édition de novembre, nous présentons ainsi trois œufs impériaux et 140 pièces d'exception à GemGenève. Pour les conférences et les *talks*, nous travaillons avec des historiens et des experts de renom comme Amanda Triossi [voir encadré p.56], Vivienne

Comment déterminez-vous votre programmation culturelle ?

NT : Les bijoux de provenance ont toujours été recherchés, mais plus encore maintenant. J'ai l'impression que depuis le Covid, les gens ont eu plus de temps pour se renseigner et apprendre de nouvelles choses. Par exemple, il y a eu énormément de *webinaires* sur le sujet. Des passions sont nées. Le public a été « éduqué », en quelque sorte. Le marché asiatique recherche, par exemple, de plus en plus de bijoux qui ont une histoire. Ils veulent connaître leur provenance, leurs anciens propriétaires. La période Art déco ressort également dans les tendances actuelles et aussi les créations des années 60 et 70. Il y a un véritable regain d'intérêt pour ces bijoux souvent plus massifs, facilement portables. Et si c'est signé, c'est encore mieux !

Et pour les gemmes ?

NT : La principale tendance pour les pierres qui se dégage en ce moment est la recherche de la top qualité, quelle que soit la catégorie : diamants, pierres de couleurs ou pierres précieuses. Si je prends l'exemple des saphirs du Cachemire, c'est la provenance qui fait rêver, car ces saphirs ont un velouté spécial, tout à fait unique. Pour les pierres de couleurs, on aime les couleurs vives, on va aller par exemple vers des nuances très orangées.

Qu'est-ce qui vous plaît le plus dans l'organisation du salon ?

MD : Comme on le fait avec le cœur, on est tout le temps sous l'eau ! Nous avons cette chance de travailler dans un milieu qui nous passionne et de monter des projets qui nous plaisent. C'est aussi l'excitation de découvrir les pièces des exposants et des projets, que nous voyons « en vrai » pour la première fois dans les vitrines après en avoir longuement parlé avec eux. Et puis, retrouver l'ambiance du salon est un plaisir à chaque fois renouvelé.







Mathieu Dekeukelaire
© David Fraga. Courtoisie GemGenève

F. EXPOSITION



Broche *Snowflake*

Courtoisie Igor Carl Fabergé, GemGenève



QUARANTE ANS D'EXCELLENCE ET DE PARTAGE

Fondée en 1982 à la mort d'Igor Carl Fabergé, petit-fils de Carl Fabergé, la Fondation qui porte désormais son nom a pour vocation de transmettre et valoriser l'œuvre de Carl Fabergé et de sa descendance. Livres, objets, souvenirs : chaque élément à son importance pour faire perdurer art et tradition.

La Fondation Igor Carl Fabergé est à l'honneur pour cette édition automnale de GemGenève. Pour fêter ses quarante ans d'existence, elle présente une centaine de pièces illustrant la qualité et le savoir-faire de Carl Fabergé et de son entreprise dans l'exposition « Fabulous Carl Fabergé ». Parmi ces objets d'exception, le public pourra admirer trois œufs impériaux inédits. Ceux-ci seront publiés dans le nouveau catalogue raisonné à paraître au printemps 2023.

L'art familial de la transmission

Tout commence en 1942 lorsque le père de Carl Fabergé, Gustave Fabergé, ouvre une boutique de joaillerie à Saint-Petersbourg. En 1870, le fils reprend les rênes de l'atelier. Maître orfèvre de réputation prestigieuse, Carl Fabergé étend vite sa production au-delà de la création de bijoux et entreprend la confection d'objets fantaisie, distingués par la qualité des matériaux et la précision d'un travail bientôt remarqué par Alexandre III. Devenu fournisseur de la Cour impériale, il ouvre deux nouveaux magasins, à Moscou et Odessa. Avant son exil en 1917, Carl Fabergé aura produit une multitude d'objets décoratifs raffinés, entre fleurs, bijoux, figurines, cadres, pendules, boîtes, et, au cœur de son œuvre, les œufs. Symboles de créativité, de savoir-faire, d'ingéniosité, ils se font aussi l'écho du faste de la dynastie Roumanov juste avant sa chute, rayonnant au-delà des frontières de la Russie.

Petit-fils de Carl Fabergé, Igor Carl Fabergé, créateur de haute couture et lui aussi joaillier, naît en 1907, dix ans avant la révolution bolchévique. Parti vivre en Suisse suite aux événements en Russie, il y devient brodeur, et confectionne aussi des bijoux ou des objets fantastiques. Sans descendance, il décide d'établir une

fondation à son nom, qui perpétuerait et diffuserait le patrimoine de la maison Fabergé après sa mort. C'est dans cette perspective que la Fondation Igor Carl Fabergé est créée, puis portée ensuite par les descendants de la famille ainsi que par les passionnés de son art.

Carl Fabergé a souvent été considéré comme l'artiste ayant poussé l'art d'offrir à son faite. Un héritage que la Fondation Igor Carl Fabergé veille à préserver, en conservant tout ce qui a trait à l'œuvre de Carl Fabergé et sa descendance. La fondation rassemble les archives familiales Fabergé, des débuts à Saint-Petersbourg jusqu'à l'ouverture de Fabergé Paris après la révolution de 1917. Si cet important travail d'archiviste est donc d'abord patiemment réalisé par Igor Carl Fabergé, Tatiana Fabergé, arrière-petite-fille de Carl Fabergé, prend la relève. « J'ai été moi-même formé par Tatiana Fabergé pendant longtemps », explique Bernard Ivaldi, président de la fondation. Un « gardien du temple », comme il se décrit lui-même, qui veille à la préservation, la transmission et la diffusion des trésors contenus entre les murs de l'institution, entre livres, publications, souvenirs ou pièces d'orfèvrerie.

Quarante ans d'engagement

Depuis 1982, la fondation n'a eu de cesse de valoriser la tradition et l'héritage Fabergé. Après quarante ans, elle célèbre son anniversaire en exposant un peu plus de 130 pièces liées à l'atelier du joaillier le plus célèbre du siècle. « Parmi ces œuvres, environ 70 % sortent des ateliers de Carl Fabergé, aussi bien de Saint-Petersbourg que de Moscou », partage Bernard Ivaldi. « Fabulous Carl Fabergé » a vocation à mettre en avant la variété d'un travail créatif, minutieux et prestigieux, réalisé au sein des ateliers du joaillier. Le reste est consacré à la présentation d'autres pièces de la même époque, et dévoile la portée de l'influence de la maison sur ses contemporains, à l'instar de Cartier dont l'atelier fut ouvert en 1847. Une conférence menée par Olivier Bachet, grand spécialiste de Cartier, est d'ailleurs organisée à l'occasion de GemGenève pour approfondir la question et mettre en lumière les liens entre les deux artistes. Seront aussi présentées des pièces du « Cartier ukrainien » Joseph Marchak, joaillier incontournable de Kyiv dont l'œuvre a,

elle aussi, dans une moindre mesure essaimée en Europe — que le public peut par ailleurs découvrir plus avant sur le stand de Strong & Precious [voir p.46]. Illustrant l'amplitude du prestige de l'Empire Fabergé et son incidence sur les joailliers à travers le monde, l'exposition offre ainsi au regard une production européenne, mais aussi extraeuropéenne.

Parmi les objets présentés, trônant au cœur de l'exposition, il y a d'abord les trois œufs impériaux inédits [voir encadré]. « Ce sont des œufs qui n'avaient jamais été identifiés comme impériaux, donc ils n'ont rien à voir avec les 52, plus ou moins, que tout le monde répète sans savoir exactement combien il y en a eu », commente Bernard Ivaldi. Il ajoute : « Un avait été exposé auparavant, mais c'était pratiquement passé inaperçu. » À leurs côtés, un vaste panel d'objets : une grande bouilloire en argent massif des années 1910, bijoux, broches, objets de pierre dure — en jade tout particulièrement... « Il y aura aussi des statues : des bronzes de danseuses de la période des ballets russes, des

sculptures réalisées par un des sculpteurs de Fabergé à l'origine d'une grande partie des animaux en pierre que l'on trouve dans la collection royale britannique », énumère le président de la fondation Igor Carl Fabergé. Une exposition sous le signe de l'éclectisme et de l'excellence.

Ce quarantième anniversaire est également l'occasion d'actualiser le catalogue raisonné qui devrait sortir au printemps 2023. En 2012, la Fondation avait publié un ouvrage — surnommé *Le Magnum Opus* ou la Bible — *Fabergé, a Comprehensive Reference Book*, fruit de plus de dix années de recherches. L'actualisation de cet ouvrage et l'augmentation du catalogue raisonné sont l'opportunité de faire un état des lieux des connaissances actuelles sur les œufs impériaux, notamment grâce aux trois œufs inédits présentés à GemGenève. Ce travail de recherche et de recension est particulièrement long et complexe, car l'accès à des œufs — connus de la fondation — n'est pas toujours aisé. Mais la recherche est au cœur des missions de la fondation, car elle est la source d'une meilleure transmission.

Les œufs

Les œufs Fabergé sont une référence dans le monde de l'art et de la joaillerie. Le premier œuf impérial fut offert à l'empereur Alexandre III par Carl Fabergé, innovant avec cet œuf de Pâques plus que singulier. Le Tsar, fasciné par l'objet, en fit une tradition. Aujourd'hui, 52 œufs impériaux sont recensés, disséminés à travers le monde — bien que la plupart soient conservés au Palais Chouvalov. Cependant, les trois œufs exposés à GemGenève n'ont jamais été reconnus en tant que tels, pour des raisons d'intérêts commerciaux. L'un fait partie de la collection de la Fondation Igor Carl Fabergé, les deux autres font partie de collections privées.

Le Bouquet de Lys jaunes daté de 1893 se trouve être l'un des œufs présentés. « Il avait fait l'objet d'une présentation en 1992 en Russie, à Tsarskoïe Selo, puis en 2000 à Wilmington et à Zurich au musée National suisse en 2017 pour l'exposition "La Suisse face à la Révolution russe" », explique Bernard Ivaldi. Il avait d'ailleurs été publié dans le *Magnum Opus* de 2012, mais n'apparaissait pas au catalogue raisonné. Les deux autres, *L'œuf néphrite d'Elizabeth Feodorovna* (1904) et *L'œuf Tsesarevich* (1905) offrent au public un aperçu de la maîtrise et du talent de Carl Fabergé. Ce trio inédit montre également la variété dans les styles, mais aussi les matériaux utilisés. Chacun avait déjà été mentionné ou présenté dans des catalogues de ventes, mais jamais reconnu comme œufs impériaux *per se*. L'occasion, pour la fondation, de les faire reconnaître et par le public, et par les experts du joaillier le plus reconnu de son temps.

Pour le partage d'un art authentique

La fondation est une fondation de droit suisse, placée sous la surveillance de l'État de Genève. Elle se compose d'un conseil de fondation où président Bernard Ivaldi et Alexandra Blin-Kourbatoff, vice-présidente de la fondation. À ce conseil s'ajoute un comité d'experts constitué de huit spécialistes, ainsi qu'un comité consultatif de sept personnes, dont la vice-présidente. Le rôle de chacun de ces appareils est de veiller à ce que la fondation soit bien gérée et qu'elle soit fidèle à ses missions — « ce qui est très important en droit suisse », précise Bernard Ivaldi. Ainsi, chaque membre contribue aux fonctionnements et activités de la fondation suivant les souhaits de son créateur, prenant soin d'un legs, d'un héritage et d'un patrimoine exceptionnels.



Broche *Treillis* (c.1890)

Courtoisie Igor Carl Fabergé. GemGenève

EXPOSITION

Malgré des moyens somme toute assez réduits, la fondation produit des articles, des ouvrages, des expositions, pour diffuser son histoire et son patrimoine, mais aussi pour informer, éduquer. La fondation joue dans ce cadre un rôle d'observateur et d'expert. Chaque personne désireuse de faire expertiser une œuvre Fabergé peut faire appel au comité d'experts de la fondation et obtenir un certificat d'authenticité ou encore une estimation. Car avec le prestige vient souvent la contrefaçon et de nombreux faux circulent. « Un de nos buts c'est de séparer le grain de l'ivraie », déclare Bernard Ivaldi. La fondation mène un travail de détective en suivant de près les ventes aux enchères : « Nous essayons de déceler des pièces qui ne sont pas d'authentiques Fabergé. Pour nous c'est un travail important, et d'alerter éventuellement les salles de vente. Il nous est arrivé plusieurs fois de voir des faux vendus comme des vrais, et des vrais vendus comme des faux », poursuit-il. Une vocation guidée par une recherche incessante, et un travail d'analyse minutieuse ou de terrain, sur les bancs des ventes aux enchères ou dans le cadre d'expertises dans des procès pour contrefaçon.

Depuis 2020, la pandémie et la guerre en Ukraine, la marge de manœuvre est néanmoins réduite. « Nous devons organiser une très grande exposition au Palais Catherine, près de Saint-Pétersbourg. Elle a été repoussée à de multiples reprises, puis annulée. Aujourd'hui, il nous semble compliqué de programmer quoi que ce soit en Russie, du moins avant quelque temps », confie le président de la Fondation Igor Carl Fabergé. Malgré ces échanges compliqués, la Fondation Igor Carl Fabergé ne se laisse pas démonter pour autant. « Il existe quelques très, très grands collectionneurs aux États-Unis et nous espérons travailler avec eux. Les prochaines expositions se feront ou en Europe, ou aux États-Unis. Et peut-être en Asie, à Singapour. » De nombreux projets pour la suite, donc, et un héritage destiné à perdurer encore longtemps.





Pendentif de saphir gravé
Coutoiserie Igor Carl Fabergé, GemGenève





Kovch de la collection Mirabaud
Courtoisie Igor Carl Fabergé. GemGenève

FODS



Bracelet Vamgard *Le rêve de la carpe Koi* (c.2017), Maurizio Fioravanti

© Collection G. Torroni. Courtoisie GemGenève

LA MOSAÏQUE EN MINIATURE: RETOUR SUR UNE GRANDE TRADITION

La micro-mosaïque revient sur le devant de la scène. Après être tombée en désuétude à la fin du XIX^e siècle, elle signe un retour marqué et marquant dans la joaillerie contemporaine. Analyse de cet art qui se prend avec des pincettes...

Des galets de pierres colorées au verre ou au marbre, la mosaïque est un art ancestral qui se passe de génération en génération et a su offrir à l'histoire de l'art parmi ses plus belles réalisations. Technique millénaire, elle est née dans le berceau de la civilisation, en Mésopotamie. Au fil des siècles et des avancées scientifiques, la mosaïque est devenue de plus en plus précise, minutieuse.

Technique et savoir-faire

La mosaïque, quand elle n'est pas réalisée à l'aide de pierre ou de céramique, se fabrique à partir de pâte de verre. Ce dernier s'obtient en chauffant sable et composants chimiques dans une fournaise. En fonction des éléments chimiques utilisés et de la température, la couleur du verre varie. Pour les mosaïques grand format, le verre est aplati et découpé en petits carrés. Pour la micro-mosaïque, ces tessons sont ensuite refondus dans un creuset métallique. L'artisan obtient alors une pâte à partir de laquelle il pourra filer de longues et fines tiges de verre qui se solidifieront rapidement au contact de l'air. Ces tiges sont limées puis cassées afin d'obtenir différentes dimensions. Chacun des morceaux constitue la palette que l'artiste utilisera pour créer son œuvre. Les cannes seront sélectionnées en fonction de leur taille, de leur forme et de leur couleur.

La micro-mosaïque se réalise sur un support métallique, support sur lequel l'artisan vient appliquer une pâte qui permet aux tessères de tenir solidement en place. L'artisan casse une nouvelle fois les tiges de verres en de multiples petits morceaux. Chacun est positionné minutieusement à la pince à épiler. Avant que la photographie ne se soit inventée puis démocratisée, l'artiste esquissait le sujet

sur le mastic, afin d'avoir un guide. Aujourd'hui, les artisans utilisent des photographies découpées au fur et à mesure de l'avancée du projet. La plus grande qualité d'un micro-mosaïste est de pouvoir produire la bonne forme et la bonne couleur de tessères. Lors de la réalisation d'une micro-mosaïque, les artisans ne cessent de créer de nouvelles tiges tout au long du processus d'exécution de l'œuvre ; pour s'adapter, arriver aux tonalités les plus justes. À cet effet, des tiges de couleurs différentes peuvent être fondues ensemble afin de trouver une teinte plus appropriée. Elles peuvent aussi être assemblées pour obtenir un ton bicolore. Les motifs, la palette et les formes sont infinies. Chaque tessère est unique et impossible à reproduire à l'identique, c'est ce qui fait tout le charme et la complexité de la micro-mosaïque.

Une fois l'image composée, l'artisan vient appuyer une plaque de bois sur la micro-mosaïque afin de s'assurer que chaque morceau est bien en place. Il peut alors passer au polissage. L'artiste fait fondre de la cire qu'il verse sur la plaque pour

« La micro-mosaïque est réalisée par des artisans qui travaillent cette technique depuis des années. La fusion, la vitesse... cela demande patience et abnégation pour arriver au geste juste du poignet. — Alice Minter

protéger sa surface. Elle est étalée grossièrement au pinceau puis raclée à l'aide d'une lame préalablement chauffée. La surface est ensuite poncée avec du papier de verre ou une pierre. Le processus de polissage est répété avec un papier de verre de plus en plus fin. Pour la touche finale, le mosaïste applique une poudre abrasive sur son œuvre. Il pose une dernière couche de cire au pinceau, qu'il vient gratter pour enlever le surplus. La pièce est repolie avec un chiffon pour lui donner un aspect doux et brillant. Le travail se compte en semaines voire en mois. Le site du Victoria & Albert Museum a réalisé une vidéo instructive expliquant la réalisation d'une œuvre en micro-mosaïque, de A à Z.

Genèse et évolution

La micro-mosaïque apparaît en Italie, entre Rome et Venise, à la fin du XVII^e et au début du XVIII^e siècle. L'impulsion est donnée par le Vatican, qui voit dans cet art de la minutie une opportunité de remplacer les tableaux des églises romaines qui s'abîment et risquent de disparaître. La cité papale fait alors appel à des créateurs vénitiens. En effet, la tradition de la mosaïque étant intrinsèquement liée à l'Empire byzantin, Venise en était un des lieux stratégiques de production. Le Vatican emploie donc des artistes vénitiens. Certains se spécialisent dès lors et se rassemblent dans des ateliers comme le Studio Vaticano del Mosaico, fondé en 1727 et toujours en activité aujourd'hui. En 1775, le mosaïste romain Giacomo Raffaelli organise la première vente des œuvres de son atelier, destinée aux particuliers. C'est le début du marché de cet art romain et l'ouverture à des sujets non religieux. Mais c'est au XVIII^e siècle que la micro-mosaïque

prend son véritable essor, avec le déferlement de touristes européens fortunés pour qui Rome est un passage obligé de leur Grand Tour. La micro-mosaïque devient un moyen de créer des souvenirs de voyage raffinés. L'engouement est d'autant plus fort qu'il est contemporain de la découverte d'Herculanum dans le premier tiers du XVIII^e siècle. La mosaïque antique est à la mode, ce qui permet un renouvellement des sujets. Giacomo Raffaelli avait déjà donné l'impulsion avec sa vente de 1775, mais la frénésie archéologique la renforce et nourrit chez les artistes cette volonté de recréer des mosaïques parfaites. Les thèmes se concentrent donc principalement sur des paysages antiquisants, des ruines romaines, mais aussi des représentations florales, animalières ou encore des natures mortes. Les artisans mosaïstes mettent au point de petites cannes de verre appelées *smalti filati* — émaux filés. Elles offrent un panel quasi infini de couleurs et des détails saisissants.

La micro-mosaïque rencontre un succès retentissant et se propage alors à travers toute l'Europe. En France, le Premier Empire sert cet art de la minutie plus qu'aucune autre période, les œuvres essaient aux quatre coins de l'Europe, jusqu'en Russie où l'artiste Cavaliere Michelangelo Barberi répond aux commandes du Tsar Nicolas I^{er} et commence à diffuser son savoir à un petit groupe d'artistes. Domenico Moglia prendra sa suite et formera notamment George Ferdinand Weckler, fameux micro-mosaïste russe. Le succès de la *mosaico romano* ne se dément pas jusqu'au milieu du XIX^e siècle et l'arrivée de la photographie qui lui nuit grandement ainsi qu'aux souvenirs de voyage artisanaux. Elle disparaît peu à peu à la fin du XIX^e siècle.

Des productions remarquables

Un des plus fameux exemples de la micro-mosaïque demeure la parure en or de l'impératrice Marie-Louise d'Autriche, offerte par l'empereur

Transmettre l'art de la minutie

« Les artistes ont été victimes de leur discrétion. Nous n'avons pas de traités ou de textes expliquant les techniques. Les secrets se communiquent oralement. Mais pour pouvoir faire connaître cet art, il faut s'ouvrir. La transmission c'est aussi donner l'envie d'apprendre, de créer, d'acheter », partage Alice Minter, conservatrice du Victoria & Albert Museum en charge de la collection Arthur and Rosalinde Gilbert. Certaines écoles d'arts appliqués reviennent aujourd'hui sur l'enseignement de la micro-mosaïque, comme la London School of Mosaics qui a développé son atelier. L'école éduque ses étudiants à la maîtrise de cette technique pour qu'ils puissent ensuite faire évoluer leurs propres œuvres, contemporaines. Mais il s'agit aussi pour la London School of Mosaics de former des conservateurs-restaurateurs qui seront à même de prendre soin de ces œuvres méconnues. Malgré une forte présence sur le marché de l'art depuis les années 1970, notamment grâce au collectionneur Arthur Gilbert, la micro-mosaïque a peiné à se frayer une place dans la création actuelle, mais une nouvelle génération de joailliers renoue avec elle, pour le plus grand plaisir des yeux.



Broche *Centaure* (c.1840)

© Collection Faerber. Courtoisie GemGenève



Boîte en lapis-lazuli et aventurine (c.1850), Vincenzo Raffaelli

© Collection G. Torroni. Courtoisie GemGenève

C'est un art qui a été oublié pendant un temps, qui demande énormément de patience. À l'instar de la haute joaillerie ou de l'horlogerie, il faut parfois plusieurs années pour réaliser une pièce d'exception. Il en est de même pour la micro-mosaïque qui relève de l'artisanat d'art et est même considérée comme un art à part entière au moment de sa création, au XVII^e siècle. — *Alice Minter*

Napoléon I^{er} à l'occasion de leurs luxueuses noces. Réalisée par le joaillier François-Regnaut Nitot, elle entre à l'inventaire des bijoux de la couronne de France en 1811. Si cette parure est aussi emblématique, c'est parce qu'elle reste aujourd'hui une des rares n'ayant pas subi quelque modification que ce soit. Elle se compose d'un peigne, d'un collier, d'une paire de bracelets ainsi que d'une paire de boucles d'oreilles. Le peigne en or est orné de trois micro-mosaïques en *tondo* représentant chacun une ruine romaine, comme la mode de l'époque l'exigeait. Idem pour les bracelets, colliers et pendants d'oreilles, à la seule différence que les micro-mosaïques y sont rectangulaires. Cette parure impériale montre bien tout l'attrait pour l'antique qui a permis à cet art de la minutie de s'étendre à travers l'Europe et de se frayer un chemin jusque dans ses plus grandes cours. Même à la fin de son âge d'or, la micro-mosaïque propose des œuvres spectaculaires à l'instar de la *Tigresse vénitienne* de Decio Podio réalisée vers 1880-1910 et conservée au sein de la collection Arthur and Rosalinde Gilbert, au Victoria & Albert Museum. Après le déclin de Rome sur le marché de la micro-mosaïque, Venise reprend pour un temps le flambeau. Avec cette œuvre, la micro-mosaïque se libère. Decio Podio a pris des libertés et courbé les cannes de verre. Ces nouvelles formes insufflent de la vie, du mouvement. La micro-mosaïque offre là son plus beau chant du cygne.

Gilbert est aujourd'hui une des trois collections les plus importantes au monde, les deux autres étant celles du Vatican et du musée de l'Ermitage à Saint-Pétersbourg. La collection Gilbert est néanmoins la plus diversifiée et la plus étendue en termes de géographie et de chronologie. « Nous n'avons pas les pièces les plus anciennes, mais elles courent de la fin des années 1770 à la toute fin du XIX^e et au début du XX^e siècle », explique Alice Minter. La variété permet d'approfondir les recherches, de comparer les œuvres ; leur qualité et les différentes manières de traiter les mêmes sujets selon les artistes.

Les bijoux de Maurizio Fioravanti atteignent plusieurs centaines de milliers d'euros. On le comprend plus aisément pour un diamant que pour de la micro-mosaïque. C'est pour cela que l'on doit éduquer les gens et travailler à une meilleure diffusion des savoirs. — *Alice Minter*

Les années 60 et le retour de la micro-mosaïque

C'est au milieu des années 60 qu'un amateur passionné commence à collectionner cet art, alors même que personne ne s'y intéressait. « Tout le monde parlait simplement de la mosaïque, mais lui avait bien décelé sa spécificité. Il a inventé le mot micro-mosaïque pour décrire cette technique et la différencier de la mosaïque », explique Alice Minter, conservatrice du Victoria & Albert Museum en charge de la collection Arthur and Rosalinde Gilbert. Arthur Gilbert a soutenu de nombreux chercheurs, les a poussés à travailler sur le sujet. Il a également permis la réalisation de la première exposition de micro-mosaïques en 1975, au Victoria & Albert Museum grâce au prêt généreux de sa collection. Il a œuvré main dans la main avec des marchands italiens qui souhaitaient ouvrir le marché de la micro-mosaïque à l'international. Arthur Gilbert a réussi. Sur le marché de l'art encore aujourd'hui, la micro-mosaïque atteint des prix records. « Il a poussé la connaissance et suscité un véritable intérêt sur le marché de l'art, qui est toujours d'actualité, partage la conservatrice du Victoria & Albert Museum. La micro-mosaïque a des amateurs un peu partout dans le monde, aux États-Unis notamment ; les musées commencent également à la collectionner ». La collection

Un retour en beauté

Depuis quelques années, traditions et patrimoine s'immiscent dans tous les domaines de la création. La joaillerie et l'horlogerie n'y font pas exception et c'est vers la micro-mosaïque que les plus grandes maisons se sont tournées avec attention. Piaget a fait appel à un artisan romain descendant de la plus pure tradition pour orner le cadran de sa mythique montre *Altiplano*. Harry Winston a lancé sa série *Precious Micromosaic* limitée à trente exemplaires. La micro-mosaïque y navigue entre motifs floraux et géométriques et s'allie aux diamants et émaux

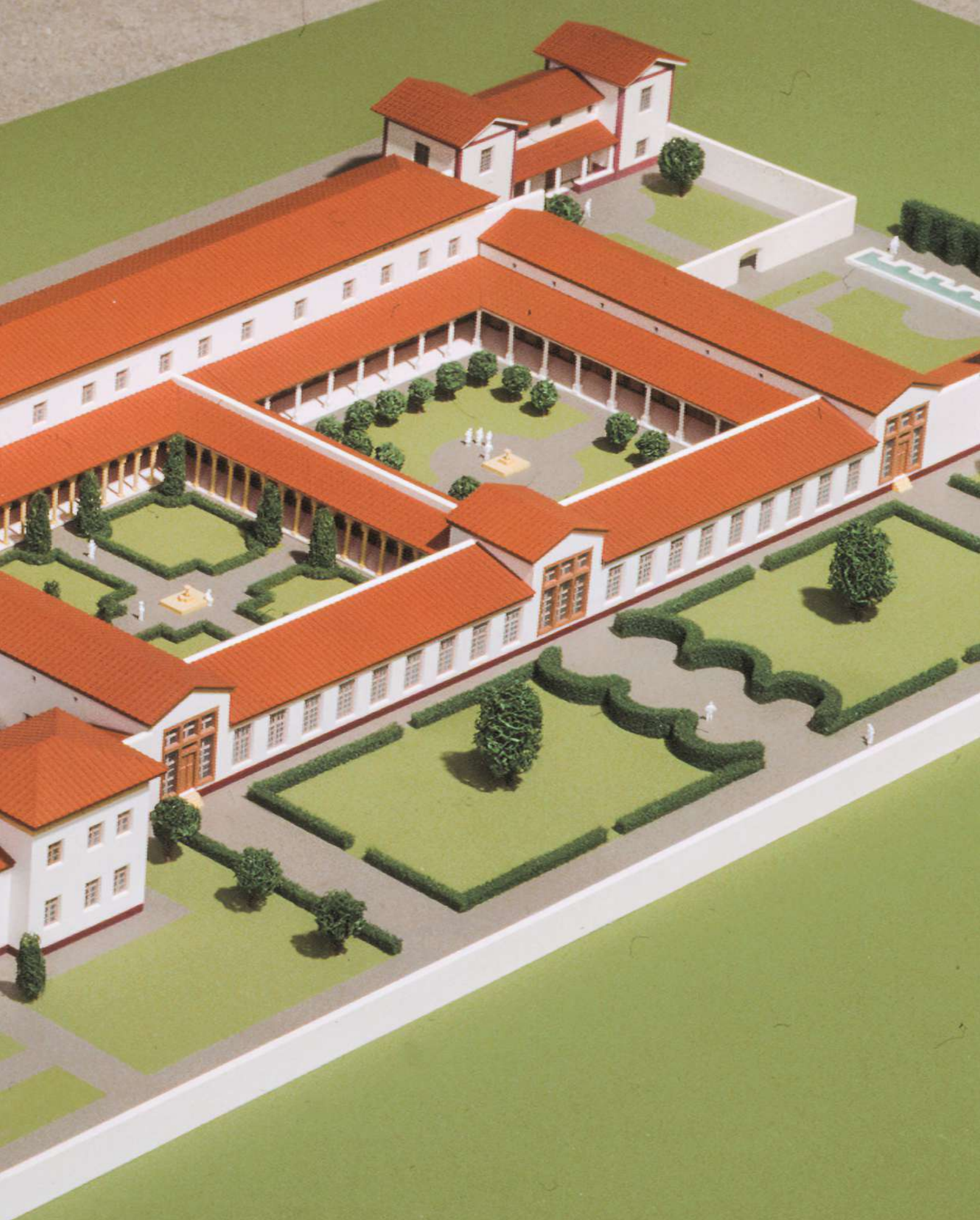
cloisonnés. Cette série s'inscrit dans la collection Premier, créée en 1989, afin de valoriser l'artisanat d'art. Gucci, qui a fait son entrée dans le milieu de la haute joaillerie en 2018, a quant à elle choisi de « recycler » en incorporant à ses parures baroques des micro-mosaïques du XIX^e siècle acquises chez Christie's. D'autres grandes maisons ont, elles, fait le choix exclusif de la micro-mosaïque à l'instar de la marque italienne La Sibille ou encore SICIS jewels.

La *maestria* de Maurizio Fioravanti

Mais l'un des artistes qui s'illustrent le mieux dans l'univers de la micro-mosaïque contemporaine reste sans doute l'italien Maurizio Fioravanti. Ayant appris seul, il travaille depuis trente ans à revivifier une tradition longtemps oubliée. Le créateur italien apporte cependant une véritable nouveauté, notamment dans les matières utilisées. Fini le verre et bienvenue aux minéraux en tout genre que Maurizio Fioravanti glane au détour de ses promenades dans la nature. Il crée ses propres teintes, ses propres supports en alliant matériaux traditionnels et contemporains, le carbone notamment. Le processus de création est particulièrement long : le joaillier ne produit pas plus de dix pièces par an, justifiant leurs prix élevés.

La micro-mosaïque est donc bel et bien de retour. Après un siècle de succès retentissant et des années passées dans l'oubli, la technique italienne a su séduire une nouvelle génération de créateurs et se frayer une place jusqu'au sommet du monde de la joaillerie.





Villa gallo-romaine d'Orbe-Boscéaz

Courtoisie Fondation Pro Urba, GemGenève

RENEWAL

Collier Rockah
Coutoise Strong & Precious. GemGenève



«LES BIJOUX ONT LEUR PROPRE LANGAGE»

Peu après le début de la guerre en Ukraine, Olga Oleksenko et Natasha Kietiene ont décidé de soutenir la création joaillière ukrainienne. C'est ainsi qu'est né Strong & Precious — Ukrainian jewellery.

La première édition a été préparée en moins d'un mois pour l'édition du printemps dernier de GemGenève. Olga Oleksenko, grâce aux contacts acquis après plus de quinze ans de travail pour des marques internationales, a trouvé en Natasha Kietiene une alliée solide pour mettre en place ce projet. L'objectif est d'illustrer la vigueur de la créativité ukrainienne malgré l'horreur de la situation. Pour cette deuxième édition, Olga Oleksenko et Natasha Kietiene mettent en lumière l'histoire et le patrimoine ukrainien. Les créations contemporaines dialoguent avec leur héritage, la liberté en bannière.

Pouvez-vous vous présenter ? Comment êtes-vous entrée dans le monde de la joaillerie ?

Olga Oleksenko : Tout a commencé en 2004. J'ai été invitée à devenir chef de marque des boutiques Piaget et Van Cleef & Arpels à Kyiv. Ensuite, je suis devenue directrice de boutique — Piaget pendant cinq ans et Van Cleef & Arpels pendant douze ans. J'étais leur ambassadrice pour les clients ukrainiens VIP.

J'ai également commencé ma collection en achetant dans des galeries et des ventes aux enchères comme Sotheby's et Christie's. J'avais de nombreux contacts et j'ai décidé de me lancer dans l'aventure avec un blog, l'un des plus populaires en Ukraine et dans les pays russophones. J'écris sur le monde de la joaillerie et ses « coulisses », sur la joaillerie en tant qu'art.

Natasha Kietiene : J'ai débuté dans le journalisme, spécialisée dans les bijoux, les accessoires et les montres. J'y suis restée quinze ans. J'ai ensuite été nommée à la tête du département *lifestyle* de *Glamour*. Puis j'ai commencé à travailler dans la communication. En 2015, j'ai décidé de travailler

en tant que conseillère indépendante, notamment dans le secteur de la bijouterie. Un an plus tard, j'ai déménagé à Londres, où je vis toujours et travaille en tant que conseillère indépendante en stratégies de communication, relations publiques et *marketing* pour les marques de bijoux : petits designers indépendants ou entreprises plus importantes. Je donne des conférences et des cours dans plusieurs écoles de design où j'enseigne aux jeunes designers comment développer leurs marques.

Comment votre duo a-t-il commencé ?

NK : J'ai donné à Natasha quelques conseils sur son blog en mettant à profit mon expérience journalistique et *marketing*. Nous avons parlé de bijoux, et nos discussions nous ont finalement amenés à construire plus qu'une relation de travail.

OO : Nous parlons la même langue. Nous nous comprenons et nous regardons la joaillerie et son univers sous le même angle. Le monde russophone de la bijouterie est petit. Les personnes partageant les mêmes idées sont rares. J'avais besoin de trouver quelqu'un qui partage

mon point de vue sur les bijoux et l'art. Natasha a été une interlocutrice privilégiée.

La première édition de Strong & Precious a été présentée à GemGenève pour la première fois en mai 2022. Comment s'est construit ce partenariat ?

Comment l'aventure commence-t-elle ?

NK : Il s'agissait d'un projet très spontané. Dans le monde de la joaillerie, beaucoup d'acteurs et de professionnels ne sont pas des créateurs de bijoux à proprement parler, mais restent indispensables au métier de joaillier. Les spécialistes de la 3D, les graveurs, les personnes qui font des croquis ou des modèles... Ils ne sont pas aussi *glamour* que les créateurs de bijoux, mais tout aussi cruciaux. Lorsque la guerre a commencé, j'ai commencé à recevoir de nombreuses demandes de la part de ces professionnels qui étaient devenus des réfugiés et demandaient de l'aide pour entrer en contact avec des marques de bijoux européennes. J'ai réalisé que les professionnels européens de la joaillerie ne connaissaient rien du monde de la création ukrainienne.

Ils étaient surpris de découvrir le haut niveau de leurs compétences, de leurs connaissances et de leur vision. J'ai lancé l'idée d'un projet qui rendrait hommage à cette créativité ukrainienne, et j'en ai fait part à Olga. Nous en avons discuté et nous avons réalisé que l'événement le plus proche pour le secteur de la bijouterie était GemGenève. Nous étions début avril, et GemGenève était prévu pour le mois de mai. Olga est très liée à Thomas Faerber, l'un des fondateurs du salon. J'ai donc invité Olga à le contacter. Thomas a répondu immédiatement et a confirmé sa volonté d'offrir un stand à Strong & Precious. Cela a été un choc. Nous avons donc lancé deux appels sur nos comptes Instagram et avons commencé à collecter des pièces de joaillerie de designers ukrainiens. C'était une véritable aventure. Certains designers se sont dispersés à travers l'Europe ; d'autres sont restés en Ukraine et ont rassemblé quelques pièces de là-bas.

OO : Je n'avais pas l'envie de continuer à écrire sur les bijoux. J'ai dû quitter Kiev et m'installer à Vienne avec mes enfants. Les bijoux

étaient la dernière chose à laquelle je pensais. J'ai reçu une invitation à une exposition pour laquelle j'ai acheté des pièces pour Thomas Faerber. Je l'ai partagée avec Natasha, en disant : « Qui s'intéresse aux bijoux maintenant ? » Elle m'a répondu que nous devions faire quelque chose. Elle m'a poussée à écrire à Thomas Faerber, et je lui en suis reconnaissante. Nous avons moins d'un mois. Je ne voulais pas le faire, mais elle a su être convaincante.

NK : J'étais insistante parce que nous sommes deux femmes dans le secteur de la bijouterie. Cette dernière est loin de la politique et de la guerre. C'était la seule chose que nous pouvions faire de notre place. Alors, nous avons fait ce que nous faisons le mieux. C'était notre contribution à l'Ukraine en ce moment.

Quel a été l'impact de Strong & Precious sur les visiteurs ? Quels sont les effets ressentis par les designers exposés ?

OO : Beaucoup d'Ukrainiens ont visité notre stand. Ils ont été touchés et inspirés par la présence de bijoutiers ukrainiens à un événement aussi important. Nous avons également rencontré des réactions enthousiastes de la part de la communauté internationale. Cet événement a également eu un impact considérable sur moi. Avant la guerre, j'étais de l'autre côté ; je travaillais pour des marques plus internationales. Lorsque j'ai commencé à glaner les pièces des artistes ukrainiens, j'ai été très surprise par leur créativité et la grande qualité de leur travail.

NK : L'impact a été incroyable. Pour nous, il était essentiel d'entendre que nous avions raison d'organiser Strong & Precious. Les visiteurs ukrainiens ont dit : « Vous nous donnez l'espoir d'un avenir normal. Vous nous montrez une raison de plus d'être fiers de notre pays. » La beauté donne aux gens de l'espoir et la volonté de survivre et d'aller de l'avant.

Joaillerie et réseaux sociaux: un jeu d'influence

Les réseaux sociaux sont les nouveaux outils de communication du XXI^e siècle. Quel que soit le domaine, blogs et comptes Instagram sont à la fois des supports cruciaux de publicité et des moyens d'éduquer le public. L'univers de la joaillerie et de l'horlogerie n'y fait pas exception. Dans le monde russophone, Olga Oleksenko fait partie des figures les plus influentes de l'univers du bijou sur les réseaux sociaux. Les marques présentées par Strong & Precious sont également très présentes sur internet. Pour une scène émergente, les réseaux sociaux sont le moyen le plus efficace de toucher une large audience. Gunya Project rassemble 42.500 abonnés, Bevza plus de 140.000. Certaines sont évidemment plus confidentielles à l'instar de Denis Music Jewellery, avec un peu moins de 7.000 *followers*. Néanmoins la marque demeure active et se sert d'Instagram comme une plateforme privilégiée pour dialoguer plus directement avec une éventuelle clientèle. Il en va de même pour les spécialistes comme Vivienne Becker, historienne de la joaillerie ; ou bien le New-Yorkais de Sotheby's Frank Everett suivi par près de 147.000 abonnés... Les réseaux sociaux ou blogs sont un moyen de toucher plus de monde, d'apprendre de manière différente. Plus direct, moins formel. Le maillage est bien entendu plus restreint que celui de la mode, mais cela lui confère une dimension « familiale » qui a fait ses preuves.



Natasha Kietiëne

Courtoisie Strong & Precious. GemGenève



Pendentif Gunia
Courtoisie Strong & Precious. GemGenève

Strong & Precious a-t-il lancé un nouveau mouvement de reconnaissance pour les bijoutiers ukrainiens ? Quelle était la situation avant la guerre ?

NK : Lorsque nous avons contacté les bijoutiers ukrainiens, la plupart d'entre eux étaient dévastés.

Certains envisageaient de fermer leur entreprise et de quitter le monde de la joaillerie. Le projet leur a servi de coup de pouce pour accéder à une nouvelle étape de leur travail. Pour celles et ceux présentés sur le stand, les commandes ont été nombreuses. Pour les autres, Strong & Precious leur a montré qu'il était possible de continuer à travailler et à vivre. Ils ont compris qu'ils pouvaient être vus sur une scène internationale, qu'ils pouvaient en faire partie.

OO : Nous avons eu une excellente campagne médiatique ; le *New York Times* a écrit sur nos artistes. Nous avons également fait de la promotion par le biais de mon blog. Certains des bijoutiers ont obtenu de nouveaux clients. C'était une excellente opportunité pour eux de se développer.

Que voulez-vous mettre en avant pour cette deuxième édition de Strong & Precious ? Comment avez-vous travaillé ?

NK : Nous avons eu beaucoup plus de temps pour cette édition. J'ai pu faire des recherches importantes auprès des bijoutiers ukrainiens. Après 2004, j'ai appris que 3.000 marques de joaillerie étaient nées en Ukraine. L'exposition s'articule autour de deux thèmes principaux : d'abord, la tradition. Nous avons choisi des pièces uniques de créateurs qui travaillent avec l'idée de tradition : des artistes qui ont développé des thèmes et des motifs nationaux ; des créateurs qui ont travaillé avec l'histoire en un mot. Ensuite, nous nous sommes concentrées sur des formes proches de la sculpture et de l'architecture. Parce que la forme, la couleur et le savoir-faire étaient cruciaux pour l'école de joaillerie ukrainienne à la fin du XIX^e siècle et au XX^e siècle. À l'époque, l'école

ukrainienne de joaillerie était très influente en Europe. Après la révolution de 1917, de nombreux ateliers ukrainiens ont déménagé en France, aux États-Unis ou en Allemagne. Avec notre exposition, nous voulons montrer que la tradition perdure dans le travail des créateurs contemporains. Nous présenterons également des pièces rares de Joseff Marchak. Ce sera une note forte de notre exposition.

OO : Notre ambition est de montrer que la tradition de la joaillerie ukrainienne est puissante. Marchak, également connu sous le nom de « Cartier ukrainien », était originaire de Kharkiv, la deuxième capitale de l'Ukraine. La tradition de la joaillerie y est toujours aussi forte. Marchak a pris cette tradition ukrainienne et l'a fait voyager en Europe après 1917. Son talent s'est diffusé internationalement. Notre idée est de montrer à nos bijoutiers et au monde entier que l'art est toujours une réponse quand quelque chose de terrible se produit. Strong & Precious veut établir le lien entre la joaillerie contemporaine et son héritage.

Quelles sont les nouvelles tendances dans la joaillerie ukrainienne, et qui sont les talents émergents ?

NK : Pour cette édition, nous présentons deux nouveaux designers dans notre sélection. Heritage Project Gunia tout d'abord. La marque a été fondée par Natalya Kamenskaya et Maria Gavrilyuk. Elles travaillent avec le patrimoine traditionnel ukrainien, non seulement dans la bijouterie, mais aussi dans la céramique, les tissus, les broderies... Nous présenterons des pièces significatives de la collection *Rooster*, rappelant les bâtiments bombardés de Mariupol et les cruches en céramique traditionnelle en forme de coq, seuls vestiges de la vie d'avant. Ces objets, mis en lumière dans les photographies qui ont circulé dans les médias, sont devenus

des symboles de la résilience ukrainienne. Heritage Project Gunia a réalisé des boucles d'oreilles en or évoquant ces cruches zoomorphes. Le deuxième créateur à rejoindre les rangs de Strong & Precious est Denis Music, qui fabrique des broches. Nous présenterons également la marque Rockah qui joue avec des thèmes anciens. Elle s'est inspirée des ceintures-amulettes des Kazakhs, anciens guerriers traditionnels ukrainiens, pour créer sa collection. Bagues, bracelets et colliers... Nous présenterons également des bijoux de la marque Bevza. Pour la première édition en mai dernier, ils avaient présenté un collier en or en forme d'épi de blé. Cette fois-ci, ils ont créé le prolongement de leur création, des pendeloques en or rappelant les nombreux champs de blé qui ont été brûlés pendant la guerre.

OO : Notre pays est en train d'écrire l'histoire, et toutes ces pièces sont des artefacts, des témoignages des événements que nous vivons actuellement. Force est de constater que les designers ukrainiens contemporains sont animés par l'histoire et le patrimoine national, qu'ils réinterprètent.

Quelle est la place de la joaillerie ukrainienne actuellement sur le marché international ?

NK : Avant la guerre, il n'y avait pas de véritable marché pour les bijoux ukrainiens. Les créateurs ukrainiens étaient presque invisibles. J'espère qu'avec notre aide, la situation pourra changer et que certaines galeries, salles d'exposition ou magasins, remarqueront les artisans ukrainiens et décideront de les mettre en valeur. La joaillerie ukrainienne est encore jeune ; nous assistons actuellement à ses premiers pas sur la scène joaillière internationale.

OO : Les créateurs de bijoux ukrainiens ont un énorme potentiel. Ils sont créatifs ; ils ont tous leur style et leur savoir-faire. C'est notre rôle de les promouvoir.

RENCONTRE

La conservation de bijoux, ses spécificités ? Que recherchez-vous lorsque vous organisez une exposition de bijoux ?

NK : Dans le domaine de la bijouterie, l'idée, le design et le savoir-faire sont essentiels pour moi. Je fais une distinction entre l'idée et le design parce qu'il est possible d'avoir une belle idée sans qu'elle devienne un véritable design, et *vice versa*.

OO : L'émotion est la première chose que je considère lorsque je sélectionne des pièces pour un projet. Ce que je ressens influe directement sur ma façon de travailler.

Quel est le rôle des réseaux sociaux dans le monde de la joaillerie d'aujourd'hui ?

OO : Le rôle des réseaux sociaux est absolument vital pour notre activité et nos projets (voir encadré). Je l'ai ressenti avant la guerre ; quand j'ai commencé à donner des conférences. Lorsque l'on parle de bijoux sur Instagram ou sur un blog, on peut effectivement éduquer et influencer un plus large public. Vous pouvez leur proposer le bon produit ou promouvoir des artistes de manière optimale. Les blogs et Instagram sont des moyens d'attirer davantage de personnes.

Qu'est-ce que GemGenève a apporté à Strong & Precious ? Et qu'est-ce que Strong & Precious a apporté à GemGenève ?

NK : Nous avons exposé des bijoux avec des designs contemporains audacieux et les avons montrés sur des briques cassées. C'était inattendu et nouveau pour cette foire. GemGenève est un lieu fantastique et nous a permis de compter sur un soutien professionnel international, alors même que nous étions nouvelles.

OO : Je voudrais ajouter que cette foire a une atmosphère très particulière, jeune et familiale. Je pense que l'on remarque que les gens sont heureux d'être là. Je tiens à remercier M. Faerber et M. Totah pour leur gentillesse. Strong & Precious n'aurait pas pu naître sans eux.





Pendentif, Sergey Zhermov

Courtoisie Strong & Precious. GemGenève

POURTRAIT

Bague Origami
© Madly. Courtoisie GemGenève



L'EXPERTISE AU SERVICE DE LA COLLECTION

Membre du comité des experts de la Fondation Igor Carl Fabergé et passionné par l'art russe, Michel Kamidian est un collectionneur qui privilégie la recherche et l'analyse pour chaque œuvre qu'il acquiert.

Michel Kamidian naît en Arménie au temps de l'URSS. Fasciné par l'antiquité grecque et par l'art sous toutes ses formes, il achète des livres et parcourt les couloirs et les salles des musées dès son plus jeune âge. « Déjà à l'âge de dix ou onze ans, j'allais au musée seul. », raconte-t-il. Passionné, il commence déjà à collectionner. Dans son enfance, ce sont d'abord les timbres ou les pièces de monnaie tsaristes, interdites à l'époque. Il explique le contexte difficile et tendu : « L'intérêt pour l'argenterie et la joaillerie est alors mal considéré, alors que la peinture, au contraire, reste prestigieuse et reconnue. »

La naissance d'une vocation

Arrivé en France au début des années 1970, Michel Kamidian rencontre Garig Basmadjian, qui tient une galerie à Paris sur le boulevard Raspail. Lui-même collectionneur d'œuvres d'art de renommée mondiale et spécialiste réputé de l'iconographie russe et arménienne, il introduit Michel Kamidian à Drouot et à ses salles de ventes. Dans les années 1980, celui-ci développe ainsi une véritable collection. Centrée sur l'art russe en général, sur Fabergé et les contemporains du joaillier, elle est guidée par un œil sûr, construit par le temps et l'expérience. Car pour collectionner, il faut « avoir l'œil », explique-t-il.

Car pour Michel Kamidian, il ne s'agit pas que d'acheter des objets. Sa pratique s'élabore avant tout dans la recherche et dans la documentation, pour trouver sources d'informations et renseignements.

« C'est primordial pour un collectionneur. »

Son approche de la collection s'accompagne main dans la main avec le désir de transmettre et de faire connaître l'art russe à travers des prêts

et l'organisation d'expositions. Il participe ainsi au tout premier événement dédié à Fabergé en Russie en 1992, après la dissolution de l'URSS, qui présente des pièces de l'incontournable joaillier. C'est aussi lui qui permet, en partie, aux statues des ballets russes de se faire connaître, des œuvres alors inconnues en Europe.

Une collection abîmée : l'affaire de l'œuf de D' Metzger

Novembre 1991, Genève. Sotheby's organise une vente aux enchères et, parmi ses lots, la *Pendule à œuf du D' Metzger*, faite de néphrite et d'argent doré. Dernier à enchérir, Michel Kamidian remporte l'œuf, qu'il prouve être un œuf impérial de Fabergé par la suite. Quelques années plus tard, en effet, un expert russe, historien de la maison Carl Fabergé, trouve les preuves qui démontrent définitivement l'authenticité et la provenance de l'objet.

À la suite de cela, en 2000, le collectionneur est contacté pour une exposition organisée à Wilmington, aux États-Unis. Il prête sa collection, des œuvres russes. Parmi elles,

Vous pouvez être passionné, ça ne nécessite pas d'expertise. Vous aimez, vous achetez. Mais quand vous êtes en contact avec des objets d'art qui ont été créés, qui ont une histoire, c'est autre chose. — *Michel Kamidian*

3 questions à... Amanda Triossi

Amanda Triossi est historienne en joaillerie, elle a travaillé avec Bulgari de 1996 à 2016 et a été à l'initiative de la création de sa collection patrimoniale.

Comment est née l'idée de constituer une collection patrimoniale chez Bulgari ?

Cette idée chez les maisons de racheter le patrimoine a été lancée par Cartier, vers 1985. Elle a été la première à comprendre l'importance de créer une collection patrimoniale. À l'époque, je travaillais chez Sotheby's et chaque fois qu'une pièce importante était présentée aux enchères, Cartier la rachetait. En 1994, j'ai été commissionnée par Bulgari pour écrire leur première monographie, mais ils n'avaient gardé aucune pièce et n'étaient pas intéressés par le passé. J'avais, de mon côté au contraire, une perspective historique. En 1998, ils m'ont demandé de créer des archives et j'ai peu à peu commencé à cataloguer les designs et à instaurer des critères pour classer les différents objets. En 2006, je suis parvenue à récupérer une pièce, portée par Keira Knightley, qui avait fait la Une de tous les journaux — elle avait été mise aux enchères en 1994, mais Bulgari n'avait pas voulu l'acheter à l'époque. C'est à ce moment que la maison a réalisé la grande valeur des bijoux *vintage* et en 2009, nous organisons la première exposition rétrospective majeure à Rome, avec plus de 600 pièces.

Quel intérêt pour les maisons de joaillerie de constituer une collection patrimoniale ?

À partir des années 80-90, la joaillerie a commencé à être de plus en plus considérée comme une forme d'art, perçue à travers sa valeur artistique et donc placée sur une échelle historique, comme un objet d'étude, avec une évolution. Le fait de collectionner pour ces maisons a donc été une étape assez naturelle. Une autre raison vient du fait que les grandes maisons aujourd'hui n'appartiennent plus à leur famille d'origine et font partie de grands groupes, comme LVMH, Richmond, Kering. La question de l'identité devient très importante. Ce ne sont plus M. Cartier, M. Bulgari ou M. Boucheron à leur tête et les grands groupes ont besoin d'exposer leur héritage, de le montrer au public. En ce sens, ils maintiennent leur ADN.

Quelles caractéristiques retrouve-t-on parmi les bijoux de la collection Bulgari ?

En principe, les pièces les plus iconiques de Bulgari sont faites d'or jaune. La maison a, on pourrait dire, une véritable histoire d'amour avec le cabochon, non facetté, et utilise des pierres précieuses de couleur sans tenir compte de leur valeur intrinsèque. Elle peut mélanger émeraudes et améthystes avec des diamants par exemple. Pour le cabochon, il y a cette idée de volume, qui intervient à partir des années 1960. En 1971, Bulgari ouvre une boutique aux États-Unis et l'on retrouve toute une tendance liée au Pop art, puis, ensuite, l'utilisation de pièces antiques, qui a été introduite par Bulgari au XX^e siècle. L'idée existait au XIX^e chez d'autres joailliers, mais sa réutilisation fait écho au mouvement postmoderniste qui s'est étendu en art et en architecture. Dans les années 80, les bijoux prennent du volume et deviennent très structurés, symétriques. Disons que si l'on doit vraiment réduire la liste, le fil rouge de Bulgari à partir des années 1960 se résume à trois ingrédients : l'or jaune, la couleur et le design tridimensionnel très structuré.

la pendule de jade, assurée trois millions d'euros. Exportée de l'autre côté de l'Atlantique, les difficultés commencent. À l'issue de l'événement, l'œuf passe en transit à Londres et revient endommagé. Plusieurs allers-retours à Londres en procès, des désaccords soudains sur la provenance de l'œuf et le jugement rendu, Michel Kamidian se trouve en difficulté, pourtant soutenu par Tatiana Fabergé, arrière-petite-fille de Carl Fabergé : « J'ai alors dû me départir d'une partie de ma collection. » Le prêt entraîne de lourdes répercussions sur la collection de Michel Kamidian et marque durement sa vie. Un problème fondamental, aussi, déjà perçu auparavant : la difficulté de prouver, de valider ou contredire la provenance d'un objet, malgré une expertise construite sur des années de recherche.

Défendre l'œuvre de Fabergé

Michel Kamidian s'investit corps et âme dans la protection du nom de Fabergé et de ses œuvres, une tâche complexe et ardue pour plusieurs raisons. « À la tête de chaque atelier, un maître orfèvre contrôlait la production et parfois y apposait son poinçon. On ne peut pas vraiment savoir ce qui est fait des mains de Fabergé lui-même, mais la qualité d'exécution des objets produits dans ses ateliers est parfaite, et toujours la même », explique Michel Kamidian. À l'époque, une nouvelle bourgeoisie se développe en Europe, et le rayonnement et prestige du joaillier russe attire le regard, attise les envies. En Allemagne, des ateliers copient les pièces pour les vendre à moindre coût. En conséquence, le marché aujourd'hui contient de nombreux faux, pas forcément reconnus comme tels par les experts.



Michel Kamidian
Cortoisie GemGenève

PORTRAIT

C'est donc le combat que mène Michel Kamidian : « Ce qui pose problème aujourd'hui, ce sont les lacunes dans les connaissances sur le travail de Fabergé. » Cet écart provient d'un manque de ressources, qui s'explique en observant l'histoire et la situation en URSS à l'époque. Certaines œuvres sont à l'époque effectivement mal vues ou interdites : « On s'est rendu compte il y a trente ans qu'il y avait des lacunes chez les conservateurs des musées. Personne n'avait étudié l'art des joailliers ou des fournisseurs de la Cour. En conséquence, il y a eu un problème d'expertise. » Lorsque la Russie s'ouvre, un marché pour les œuvres du pays existe déjà en Europe, à Londres et aux États-Unis. Pour Michel Kamidian des erreurs subsistent et la diffusion de l'art russe souffre encore d'une absence de documentation.

Habitant d'abord en Russie, Michel Kamidian visite le palais des Armures à maintes reprises. Situé à Moscou, dans l'enceinte du Kremlin, le musée regorge de trésors impériaux et d'œuvres de Carl Fabergé. « C'était compliqué d'y accéder, peu de gens pouvaient le faire. Et moi, comme j'étais guide, j'ai pu visiter le musée », raconte-t-il. Si aujourd'hui le public russe peut y accéder facilement, à l'époque, les musées de ce genre accueillaient majoritairement des visiteurs étrangers. Ayant exercé son œil au plus près de la création russe, pour lui, la difficulté n'est pas de distinguer le vrai du faux : « Ce qui pose problème aujourd'hui, ce sont les bases qui sont faussées. » Fin connaisseur des œuvres d'art et des musées russes, il remarque donc des inexactitudes sur la provenance et l'authenticité.

Membre de la Fondation Igor Carl Fabergé, il y tient une place d'expert. « Un bon collectionneur doit connaître beaucoup de choses, même davantage que les experts qui exercent. Tout le monde peut dire qu'il est expert. » La vocation d'une vie, guidée par une recherche incessante, pour faire reconnaître des œuvres qui le passionnent et l'animent.





Étui à cigarettes « samorodok »

© Horovitz et Totah. Courtoisie Igor Carl Fabergé. GemGenève

AMY'S





LES VALEURS AU CŒUR DU MARCHÉ DE LA JOAILLERIE

Stable et pérenne, le secteur de la joaillerie attire de plus en plus d'acheteurs, malgré la crise sanitaire et la fermeture prolongée de ses boutiques. Un marché en expansion, qui s'adapte à l'air du temps et aux besoins de ses clients.

Marquée par la pandémie du Covid, les marchés mondiaux se relèvent à peine d'une crise qui, si elle a mis un frein à la croissance et aux ventes dans la plupart des secteurs, a aussi permis de faire le point et parfois même de donner un souffle nouveau aux entreprises en accélérant leur transition vers la numérisation, en révisant leur structuration, et en leur permettant de s'adapter à de nouvelles demandes, de nouveaux besoins. Où en est le marché de la joaillerie aujourd'hui ? État des lieux et retour sur les valeurs et enjeux de ce secteur.

Un nouveau souffle post-pandémique sur le marché

Alors que la crise sanitaire a durement impacté l'économie mondiale, le monde de l'art s'est aussitôt relevé pour dépasser ses chiffres de 2019 selon le fameux rapport annuel de Clare McAndrew, délivré en mars dernier pour Art Basel. Du côté de la joaillerie, les conséquences se sont révélées plus douloureuses, avec un recul de 10 à 15 % dans ses ventes à travers le monde. Fait peu étonnant, le marché reposant en grande partie sur le tourisme de luxe, ralenti à l'extrême, voire arrêté net au cours de plusieurs mois éprouvants. Une situation encore tendue, en Chine notamment, où les confinements ont duré jusque tardivement et perturbent d'ailleurs encore la paix des consommateurs et marchands. Sans compter une transition numérique passablement plus lente que dans le secteur de l'art contemporain. À cela, Benoît Repellin, directeur monde du secteur joaillerie chez Philips, oppose : « Pour un tableau, vous avez les dimensions, vous avez les couleurs, vous arrivez quand même à vous représenter la pièce même si ce n'est pas pareil. Pour les bijoux, l'émotion est différente quand vous avez la pièce en face de vous. » Car l'objet

est tridimensionnel, existe dans l'espace, diffracte la lumière, sa teinte en variation perpétuelle. Une réalité que la vente en ligne traduit difficilement, même si elle devrait progresser ces prochaines années.

« C'est un marché qui est quand même porteur et qui se maintient », affirme Benoît Repellin. C'est aussi ce que confirment les analyses du secteur, qui promettent une croissance du marché de 3 à 4 % chaque année d'ici 2025. Le rapport annuel *State of Fashion: Watches and Jewelry* produit McKinsey en collaboration avec Business of Fashion indique ainsi qu'il pourrait même dépasser ses chiffres pré-pandémiques, d'autant que l'industrie de la joaillerie connaissait à cette période un développement marqué qui avait débuté en 2015 et s'était donc étendu jusqu'en 2019. En 2020, la France a comptabilisé une baisse de 5 % dans le domaine de la joaillerie — et de 22 % dans l'horlogerie, plus durement ébranlé. Globalement, cette année-là, son chiffre mondial s'est élevé à 22 milliards d'euros, la Chine arrivant malgré tout en tête, puis les États-

3 questions à... Benoît Repellin

Benoît Repellin est le directeur Monde du département joaillerie de Phillips.

Pourriez-vous nous dire quelques mots sur votre métier ?

Une des facettes de mon métier qui me fascine est ce maillon que nous devenons dans l'histoire du bijou. De la découverte à la vente de la pièce, nous participons à l'histoire de ce bijou et devenons un maillon de la chaîne. Le processus de vente aux enchères nous permet de suivre cette évolution de la pièce, de sa découverte avec l'expertise et l'estimation, à la mise en vente et la transmission à un nouveau propriétaire. Lorsque nous estimons un bijou, nous rentrons dans l'intimité des clients. En effet, un bijou est quelque chose de très personnel, souvent donné pour des occasions particulières par un être cher, et les clients révèlent dans la plupart des cas bien volontiers, sans même que nous le demandions, cette provenance et ce côté sentimental fort.

Comment évaluez-vous un bijou ?

Je considère souvent trois facteurs principaux pour l'estimation d'un bijou que je regroupe sous trois dénominations : nature, art et provenance. La nature désigne les pierres utilisées, issues de la terre et mises en valeur par la main de l'homme, le tailleur qui magnifie la beauté de ces cadeaux de la nature, en optimisant la couleur de la pierre, en gardant le poids maximal tout en supprimant des inclusions qui auraient dévalué la gemme. L'art qualifie la réalisation du bijou, la fabrication, le travail derrière la pièce de joaillerie finie. Rentrent alors en jeu le fait que ce soit un bijou signé ou non, d'une maison connue, que le dessin de la pièce soit typique de l'époque dans laquelle elle a été créée, la finesse du dessin et la qualité de la réalisation. Les bijoux caractéristiques d'une certaine période et portant une signature d'une grande maison de joaillerie sont les plus recherchés par les collectionneurs. Enfin, vient la provenance. Si un bijou a appartenu à une personne connue ou historique, la valeur s'en trouvera considérablement changée. Le bijou est le témoin d'une histoire, du passé et si son souvenir est attaché à une page de la grande Histoire ou une célébrité, alors le prix atteint en vente sera bien supérieur à un bijou sans provenance notoire. La combinaison de ces trois facteurs en fait des pièces d'exception. Et c'est ce qui génèrera l'intérêt des collectionneurs.

Comment avez-vous sélectionné les pièces que vous mettez en vente ?

Nous exposons une sélection de pièces de nos ventes de Hong Kong et New York à Genève du 2 au 9 novembre. Nous serons d'abord à l'hôtel La Réserve du 2 au 6 novembre, en parallèle de GemGenève, et nous exposerons les bijoux aux côtés des montres de nos ventes genevoises des 5 et 6 novembre. Puis nous présenterons les pièces sur rendez-vous à nos bureaux, rue de la Confédération, du 7 au 9 novembre. Nos ventes de Hong Kong se dérouleront le 27 novembre et celles de New York le 13 décembre. L'exposition de Genève présentera une sélection de pièces illustrant la variété des bijoux et pierres proposée dans nos ventes et qui correspond au marché européen mais aussi international, étant donné que beaucoup de clients seront à Genève pour GemGenève et la saison des ventes. Pour citer quelques bijoux, nous serons heureux de présenter ainsi un diamant *Fancy Intense Yellow* de 30.65 carats, un diamant *Fancy Intense Pink* de 2.04 carats, une paire de diamants *Fancy Green* d'un carat chacun, tous provenant d'une collection particulière, mais aussi un exceptionnel rubis birman de plus de 6 carats, des bijoux de l'époque Art Déco et pièces signées.

Unis et l'Inde. Sur le sol français, les exportations ont baissé de 37 %, les importations de 41 %. L'année suivante toutefois, les ventes ont redémarré, augmentant de 21 %, avec un chiffre d'affaires de 3,9 Mrds €, soit 1,1 Mrd de plus qu'en 2020. D'ailleurs, d'ici 2026, l'industrie s'attend à une hausse évaluée à 315 Mrds € alors qu'en 2020, les chiffres s'élevaient à 235 Mrds €.

Parmi les articles les plus vendus dans le domaine de la joaillerie-horlogerie, les bijoux en or arrivent en tête avec 38,2 % des ventes. Les montres prennent la suite avec 31,6 %, puis viennent les bijoux en argent plaqué or avec 15,1 %, et finalement, les bijoux fantaisie avec 10,3 %. Au niveau du type, les bracelets viennent en tête avec 25 % des ventes, puis les colliers avec 21 %. Les perles et pendentifs, ensuite, représentent 20 %, les bagues 18 %. Pour finir, les boucles d'oreilles occupent 16 % des ventes. Parmi les marques préférées, les grandes maisons restent une minorité sur le marché. McKinsey, cabinet spécialisé en analyse de données, commente : « Malgré la prégnance de ces icônes, les bijoux de marque restent une petite minorité du marché, ne représentant que 20 % des revenus », alléguant toutefois : « Mais pour l'avenir, les marques ont le vent en poupe. Les bijoux de marque représenteront 25 à 30 % du marché en 2025, et les sommes en jeu sont considérables : 80 à 100 Mrds \$ sont en jeu. »

La valeur du bijou : entre provenance et histoire

La valeur d'un bijou mêle plusieurs dimensions qui se juxtaposent pour permettre d'établir son prix sur le marché. À la qualité du matériau d'origine, puis du travail de l'homme sur celui-ci, un troisième aspect, moins tangible, plus émotionnel, s'ajoute l'histoire de l'objet, son





parcours. Mais revenons d'abord à la source, aux mines parfois à l'origine de pierres précieuses extraordinaires. Benoît Repellin revient sur les critères qui tendent à établir la qualité d'une pierre, qui se doit d'avoir « une bonne couleur, une bonne pureté, d'un certain poids » et éviter de comporter trop d'inclusions ou d'être chauffé — un traitement artificiel sur les saphirs et les rubis visant à vivifier la couleur et accroître la transparence de la pierre. Si le procédé est souvent utilisé et communément admis au sein du marché de la joaillerie, il reste la marque d'une gemme de catégorie inférieure. À l'œil nu toutefois, l'apparence est la même, mettant en lumière la dimension indéniablement symbolique à l'œuvre et constituante, aussi, de la valeur du bijou, qui s'établit dans sa rareté. Un phénomène qu'explique Benoît Repellin à propos notamment des émeraudes : « Les émeraudes de Colombie ont été utilisées depuis des millénaires, donc ça reste attaché à la mémoire collective, une émeraude doit venir de Colombie. »

Après l'extraction vient la taille, qui s'effectue en plusieurs étapes et qui va venir donner à la pierre sa dimension et son nombre de carats. Si elle est bien réalisée, elle permet de mettre en valeur la gemme tout en conservant un poids maximum, de l'ébauche au cimentage, à la taille puis au polissage. Pour évaluer la qualité de la coupe d'un diamant, le Gemological Institute of America a élaboré un système de notation divisé en cinq catégories. Brilliance, chatonnement et scintillement sont les trois mesures qui en permettent la classification, d'un niveau « excellent » (EX), représentant 3 % de la production totale de diamants, à « médiocre » (« P », pour « *poor cut* »), qualifiant les diamants ne reflétant pas la lumière. Après ce travail artisanal, l'art s'épanouit alors dans les mains des joailliers. « Le côté art, c'est la création du bijou, toute sa conception, à la fois dans le design et la réalisation, sa finesse », explique Benoît Repellin.

Si les étapes précédentes peuvent être quantifiées, observées, estimées par des outils, la dernière, impalpable, demeure difficile à cerner. Benoît Repellin observe : « Concernant la provenance, ce qui ajoute de la valeur, c'est quand il y a un côté historique. Si c'est un bijou des années 20, des années 50, ou de la belle époque, on l'ajoute dans le catalogue car ce genre de détails peuvent être intéressants pour les collectionneurs ou les acheteurs. » Car c'est bien cette valeur historique qui donne toute sa profondeur à l'objet. Celui-ci se porte au cou, au doigt, au poignet, au cœur de l'intimité et des vies. Il contient en cela une densité chargée d'émotions, accompagnant les récits, les souvenirs, la mémoire, d'une personne, d'une famille ou même d'une nation. C'est l'effet des bijoux de rois ou d'empereurs qui, proposés par les maisons de vente, provoquent parfois des batailles d'enchères, comme ce fut le cas du pendentif de Marie-Antoinette en 2018, adjugé pour 31,8 M€.

Mais comment une vente se déroule-t-elle ? Benoît Repellin explique : « En ce qui concerne les différentes étapes qui conduisent à la vente, il y a tout d'abord une rencontre avec le client pour estimer la pièce en vue de la vente aux enchères. » Si les pierres précieuses apparaissent de qualité supérieure, le bijou est envoyé en laboratoire pour délivrer un certificat d'analyse. L'estimation, aussi, tend à être attractive pour générer l'intérêt auprès des acheteurs tout en reflétant la valeur d'un bien car il s'agit de mettre tout le monde d'accord. « C'est un juste équilibre à trouver », commente Benoît Repellin. Prix d'estimation et prix de réserve sont alors confirmés, et si une entente est trouvée, le bijou est confié à la maison de vente, puis se trouve catalogué, décrit, photographié, autant d'éléments qui apparaissent ensuite dans le catalogue de vente. « Pour les pièces importantes, nous organisons une exposition itinérante en amont de

la vente, pour présenter les bijoux aux différents clients à travers le monde. Puis nous avons une exposition sur le lieu de vente, ouverte au public, permettant aux clients d'admirer les pièces », raconte-t-il. « Une fois que le marteau retombe et que le bijou est adjugé, un nouveau propriétaire entre en scène et une nouvelle page de l'histoire du bijou s'écrit. »

Vintage vs innovation : effets de mode, aujourd'hui pour demain

Si il y a bien une mode qui prend le pas aujourd'hui dans toutes les sphères des arts et du design, c'est le *vintage*. Entre récupération de matériaux et inspiration créative, les bijoux d'hier influencent la création du présent, pour le bonheur des maisons de vente. Une pratique du recyclage afférente à l'industrie, qui permet de refondre les métaux et de remonter les gemmes de bijoux anciens sur des modèles plus contemporains. Le phénomène s'étend au goût pour les pierres anciennes. Benoît Repellin explique cet effet : « Pendant longtemps on vous disait "il faut retailer, faire une taille brillant classique", ce qui n'est plus du tout le cas aujourd'hui. Il y a vraiment une recherche pour le côté ancien, et le charme de la pierre ancienne. » Il en va de même pour les bijoux signés du siècle dernier, reflets historiques d'une époque. De la même manière, chez les jeunes acheteurs, l'intérêt se tourne vers les marques « héritages » et des modèles intemporels pour pouvoir être portés sur le long terme.

Cette tendance qui se renforce aujourd'hui de plus en plus est forcément liée aux enjeux de notre époque. Des enjeux qui touchent à l'écologie et au développement durable, des mots désormais sur toutes les lèvres [voir p.74]. Les marques de joaillerie n'y échappent pas, d'autant plus lorsque la source de leurs productions se trouve au fond de mines, dont l'exploitation perpétue guerres, conflits et pauvreté pour les populations locales. Chez plusieurs grandes marques, à l'instar de Tiffany, le critère de transparence tend

ANALYSE

à certifier la provenance des pierres, de la mine au magasin. Une initiative entreprise par d'autres jeunes maisons pour prouver leur engagement à travers une traçabilité dévoilant leur chaîne de production pour plus de responsabilité, humainement et écologiquement. Autant de démarches qui permettent à l'industrie de répondre aux problématiques actuelles, et pour les marques de rester pertinentes auprès de leurs clients et en attirer de nouveaux, sensibles à la préservation des ressources naturelles. En atteste l'augmentation de la vente des diamants de synthèse qui représentaient 3,5 % des ventes en 2020 et qui continue d'augmenter.

Au cœur des maisons de joaillerie, une autre lutte se joue entre les grandes enseignes et les plus petites. Si les premières misent sur leur héritage, l'absence de prises de risque leur est occasionnellement reprochée. S'appuyant sur un rayonnement mondial et historique, les nouveaux bijoux proposés reproduisent parfois à l'identique une identité visuelle qui a cessé d'évoluer. D'où l'intérêt de marques plus jeunes, créatives et inspirées qui présentent des pièces originales, innovantes, expérimentales aussi en jouant avec les métaux, les alliages et les formes — on pense notamment à Emefa Cole, utilisant du métal 100 % recyclé, mêlant matériaux et techniques à travers des design justement inspirés de la géologie et de la terre.

Le marché de la joaillerie est incontestablement en expansion, s'étendant à des générations de plus en plus jeunes. Selon le rapport du Boston Consulting Group, les *millennials* devraient représenter sous quelques années la moitié de la consommation dans le secteur du luxe. D'un point de vue territorial, la région Asie est un levier de vente, avec une progression annuelle de 10 à 14 % dans le domaine de la joaillerie, et représentant 45 % du chiffre d'affaires mondial. En bref, le marché de la joaillerie a encore de beaux jours devant lui.

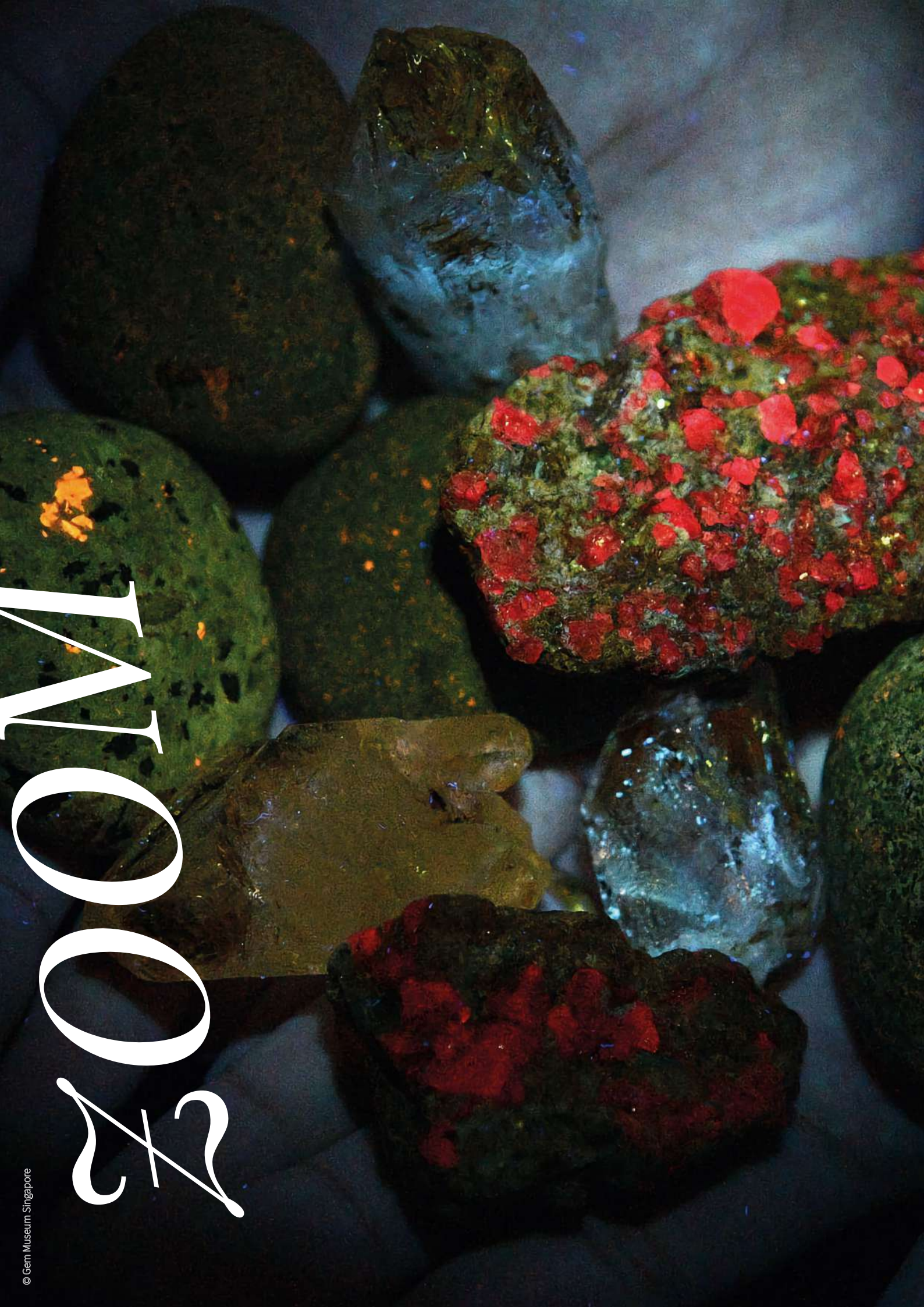




Japanese Garden Ring, Irina Okutova

© Irina Okutova. Courtoisie GemGenève

2021





LA GEMMOLOGIE MODERNE DANS TOUS SES ÉTATS

Développée au XX^e siècle, la gemmologie est la science des pierres précieuses. Elle nous emmène au cœur de la terre, des temps immémoriaux de leur formation à leur extraction, jusqu'aux maisons de joaillerie aujourd'hui.

Cristaux formés dans les roches et les couloirs souterrains de notre planète, les pierres précieuses sont le sujet d'étude de la science connue sous le nom de gemmologie. Autrefois monnaies d'échange, elles se sont vues attribuer de tout temps des propriétés magiques, objets de croyances perpétuées encore aujourd'hui. Leur apparence brillante et colorée, leur source, leur rareté, sont autant d'éléments qui leur donnent une valeur partagée par un imaginaire collectif par-delà frontières territoriales et culturelles. Taillées, polies, montées sur des bijoux, les pierres précieuses sont cultivées et prisées par les joailliers du monde entier. Retour aux origines de ces petits cailloux, et aux fondements de ce qui constitue la gemmologie moderne.

Petit état des pierres et pierres précieuses

Qu'est-ce qui fait qu'une pierre précieuse est précieuse ? La dénomination s'applique, d'une part, à un matériau naturel, et fait état d'un groupe restreint de quatre gemmes aux propriétés définies et délimitées : le diamant, souvent transparent-blanc ou jaune, mais apparaissant parfois sous d'autres couleurs, de même que le saphir réputé pour son bleu, qui peut toutefois prendre toutes les teintes sauf le rouge, réservé au rubis, troisième pierre de notre liste. L'émeraude, verte, clôt l'inventaire. Les autres pierres aux qualités esthétiques reconnues sont appelées « pierres fines » ou parfois encore « semi-précieuses », à l'exception des pierres organiques. Celles-ci, comme leur nom l'indique, ne proviennent pas de minéraux, mais du vivant, à l'instar de l'ambre, du corail, de la nacre ou de la perle. Une grande diversité de gemmes, et mille et une nuances différentes.

D'origines variées, les gemmes sont parfois découvertes par hasard. À la fin du XIX^e siècle, c'est ce qui se passe pour les gisements du Cachemire, à l'ouest de l'Himalaya : un glissement de terrain mène à la découverte d'une mine de saphirs d'un bleu profond incomparable. À chaque pierre sa région du monde et bien qu'elles existent ailleurs, certains territoires en particulier rassemblent des caractéristiques bien précises, qui octroient leur valeur à chaque pierre — valeur certes esthétique et apparemment subjective. À la Colombie l'émeraude, donc, et le rubis à Myanmar. Si la réputation d'autres sites est moins prestigieuse, l'Afrique reste un territoire fécond, au Mozambique, en Zambie et à Madagascar, vers lesquels les joailliers se tournent aujourd'hui pour confectionner leurs pièces. Car comme tout ce qui est produit naturellement, les ressources s'épuisent aussi...

Si leurs qualités diffèrent en fonction de leur géographie, les gemmes s'apparentent les unes aux autres de par leur dureté, évaluée sur l'échelle de Mohs, leur pureté, classée par

Gem Museum Singapour

Ouvert en 2015, le Gem Museum est le premier musée consacré à la gemmologie à Singapour. Sa mission porte sur l'éducation et la sensibilisation en proposant un parcours, celui des pierres. De leur formation sur terre il y a des millions d'années à leur extraction, puis à leur arrivée sur le marché de la joaillerie, le musée retrace leur voyage à travers plusieurs centaines de pièces. Une mission qui tend à informer sur cette science méconnue pour en découvrir la beauté et les enjeux qui s'y lient, entre géologie, histoire, économie et esthétique.

Le musée naît à l'initiative de Kunming Tay et Huiying Loke, un couple originaire de Singapour, partageant une passion, la gemmologie. Tous deux experts en pierres précieuses, ils débute leur carrière quinze ans auparavant, et constatent l'absence de lieu de transmission et de savoir pour le public. Pour eux, il s'agit de créer une histoire, celle de la pierre, et de créer un espace de ressources ouvert à tous. Depuis 2015, ils œuvrent pour le rayonnement de leur musée, à Singapour mais aussi à l'international, et parviennent à accréditer leur institution, aujourd'hui reconnue par la ville.

Présent à GemGenève, le Gem Museum propose un parcours en cinq étapes, de la formation de la pierre aux mines les plus importantes, dressant une carte du monde interactive pour enfants comme adultes. Des pièces aussi sont présentées, entre rubis, saphirs, diamants et autres pierres précieuses aux propriétés fascinantes. Un trésor d'informations, ludique et éducatif, en plein cœur de la foire.

raison, le sang de pigeon pour le rubis, ou le bleu bleuet ou *cornflower* pour le saphir, se trouvent particulièrement prisés. La clarté, soit l'aspect lisse, sans aspérité est aussi privilégiée. La coupe, ensuite, entre taille et polissage, processus réalisés par le lapidaire ou diamantaire, permet d'obtenir à la fois un brillant, de mettre la pierre en valeur, et de garder un maximum de carat, soit de poids. Une balance à laquelle même les experts parviennent parfois difficilement.

Au-delà des propriétés naturelles d'une pierre, la main de l'homme intervient nécessairement pour la sublimer. Avant de passer par ces procédés, les minéraux sont dits « bruts ». Ils sont ensuite taillés : le facettage permet à la lumière de se propager et de se diffracter, sous une forme particulière. Les tailles sont multiples, entre taille ronde, ovale, poire, coussin, émeraude, cœur, princesse, triangle ou marquise, pour les plus connues d'entre elles, et ont pour but de magnifier chaque composante, la couleur, ou l'éclat d'une gemme. « Bien sûr, quand elles sont utilisées en joaillerie, vous voulez que les pierres soient aussi claires, aussi brillantes que possible », commente Kunming Tay.

Parce qu'elles doivent absolument briller et ne présenter aucun défaut, certaines pierres passent par des processus qui agissent directement sur les composantes du matériau, à l'intérieur même de la pierre. Pour rehausser un éclat terne, un saphir peut ainsi être chauffé. À l'œil nu, sa couleur devient vibrante, mais il perd en valeur après un examen en laboratoire, la composante naturelle primant toujours sur les altérations

grades de A à AAA (une pierre AAA est considérée comme irréprochable et sans aspérité ou défaut), et leur composition chimique, situant à la fois le système de cristallisation et les propriétés physiques d'un minéral. Ce dernier aspect s'étant développé à l'époque moderne, c'est à cette période que la possibilité d'un système de classification bien précis apparaît, permettant, de fait, à la gemmologie moderne de se développer.

La beauté avant tout

Si les pierres précieuses, fines, ou organiques sont remarquables, c'est bien parce qu'elles sont belles, d'une beauté naturelle inégalable synthétiquement. Et pour cause, leur formation date pour certaines d'entre elles de plusieurs millions d'années, voire milliards pour les tout premiers diamants. La question de l'esthétique et du beau a certes trait au goût, à la mode, et à la subjectivité, elle fédère ici un faisceau de caractéristiques que différentes organisations à travers le monde ont permis de définir de manière relativement harmonieuse. Aux États-Unis, le Gemological Institute of America (GIA), institué dans les années 50, propose ainsi un système, celui des quatre « C » : couleur, clarté, coupe et carat. Kunming Tay, directeur du Gem Museum à Singapour et gemmologue [\[voir encadré\]](#), explique : « Les gens ont tendance à acheter les rubis de Myanmar parce que culturellement et historiquement, on a intégré le fait qu'ils avaient la couleur la plus chatoyante et vibrante. » Pour cette

“ Nous voulons partager la science de la gemmologie. Parce qu'elle ne s'arrête pas aux gemmes, mais parle aussi de géographie, de géologie, d'économie, de design, de créativité. — *Kunming Tay*



Parfois, surtout dans les saphirs lorsqu'ils ne sont pas chauffés, l'on peut apercevoir différentes couleurs, des galaxies dans les gemmes. Mais à l'œil nu, cela ressemble à des points ou des lignes. Ça ressemble à un très gros défaut. — *Kunming Tay*

artificielles. De la même manière, de la résine peut être appliquée dans les fissures pour lisser la surface d'une gemme, un procédé automatiquement détecté au microscope. « Pour clarifier et améliorer, on peut mettre de l'huile à l'intérieur, ou d'autres matériaux pour cacher les inclusions, qui sont des brèches dans la pierre que les gens veulent remplir pour ne pas les voir », précise Kunming Tay.

Esthétique scientifique

L'appréciation esthétique d'une pierre est une chose, et la science de la gemmologie permet d'en attester les qualités. Cependant, Kunming Tay souligne : « La plupart des gens les regardent pour leur beauté, mais nous voyons au-delà. Nous cherchons les inclusions. » Car si les joailliers préfèrent recouvrir les aspérités et les cacher, c'est pourtant là que réside, d'un point de vue scientifique, tout l'intérêt de ces minéraux. Il ajoute : « On se concentre généralement sur le design du bijou et ce genre de choses, mais rares sont ceux qui perçoivent la science et les différents phénomènes de la pierre. »

Qu'est-ce donc qu'une inclusion ? Défaut à effacer pour certains, il s'agit de ces fissures à la surface et dans les pierres auxquels les gemmologues accordent un intérêt tout particulier. D'autres phénomènes encore mettent en évidence ces irrégularités, qui ne sont pas nécessairement mal perçues par le monde de l'art et de l'artisanat — certaines, en effet, peuvent même donner de la valeur, un cachet particulier, à une pièce — mais ces considérations s'éloignent de l'intérêt qui leur sont portées par la science. Il en va ainsi pour l'astérisme, un effet d'étoile à six branches mis en évidence par la lumière qui se diffracte en raies autour de l'inclusion, ou encore l'effet

œil de chat sur le chrysoberyl. Pour d'autres encore, intrinsèque à leurs propriétés physiques, un changement de couleur perceptible à l'œil nu en fonction de la luminosité survient, les alexandrites par exemple. Sur les opales, encore, le phénomène du jeu de couleur fait apparaître une myriade de teintes, du rouge au vert, en passant par le bleu ou le orange.

Dévoilant l'étrangeté d'une nature millénaire, les inclusions et autres phénomènes sont aussi des traces, et autant de témoignages exploités, étudiés, examinés par les scientifiques pour comprendre notre terre. « Toutes ces inclusions contiennent des données sur notre planète, au moment où les gemmes se sont formées », révèle Kunming Tay. Il ajoute : « On peut considérer les gemmes comme des clés USB. Elles continuent l'histoire de notre monde. Il y a encore beaucoup d'informations que nous n'avons pas encore découvert. » Les pierres se révèlent ainsi être des ressources de savoir précieuses, souvent inexploitées. En effaçant les inclusions, une partie de ce savoir se perd à tout jamais.

La gemmologie aujourd'hui : quels enjeux ?

Dans un monde globalisé où les échanges sont constants, l'une des problématiques auxquelles font face les gemmologues est l'harmonisation de leurs pratiques. Quelles normes suivre pour les laboratoires ? Kunming Tay raconte : « Parfois, un laboratoire certifie la couleur sang de pigeon, alors qu'un autre ne le certifie pas. Il y a beaucoup de laboratoires localisés partout dans le monde, et leur harmonisation est un vrai problème. » Pour parer à cette difficulté, la CIBJO, la confédération mondiale de bijouterie, a mis en place des standards, acceptés par une quarantaine de pays, et continue d'œuvrer pour établir un ensemble de règles uniques et suivies. Une démarche qui profite aux clients en joaillerie pour leur assurer la valeur des gemmes et leur reconnaissance globale.

La provenance demeure aussi un problème, la source de certaines gemmes pouvant être difficiles à déterminer selon les pays et la proximité de certains territoires avant la Pangée car, vieilles de plusieurs millions d'années, les pierres étaient déjà en formation. Ici aussi, il est question d'harmoniser les données entre les laboratoires, qui pourront être aidés par de nouvelles technologies à l'instar des NFT. Au cœur des discussions aujourd'hui dans le monde de l'art, ils représentent autant d'outils déjà utilisables tant des acteurs du marchés que des scientifiques pour y enregistrer des données liées aux objets, et mises à la disposition de tous.

La gemmologie, encore jeune de bien des manières, fait ainsi face aux enjeux de notre époque, intrinsèquement liée aux aléas climatiques et aux phénomènes naturels. Elle en vient par les pierres, s'y révèle grâce aux mines qui parfois se découvrent à la surface de la terre. Une science moderne, qui promet encore de nombreuses découvertes sur notre monde et la manière dont il se meut.



GRAND ANGLE





ÉTHIQUE ET ÉCOLOGIE: NOUVEAUX ENJEUX POUR LA JOAILLERIE CONTEMPORAINE?

Écoresponsabilité, éthique, durabilité... Dans de nombreux domaines, ces concepts interrogent la nécessité de fonctionner différemment, en adéquation avec des valeurs plus respectueuses de l'environnement et de l'humain. Le monde de la joaillerie n'y fait pas exception.

Depuis quelques années, un tournant semble s'être engagé dans l'univers joaillier. De l'extraction minière au bijou fini, c'est toute la chaîne de production qui est passée au crible. Le but ? Trouver un équilibre dans ce marché paradoxal et écouter les souhaits d'une clientèle de plus en plus soucieuse de son impact social et écologique. La notion d'éthique implique une réflexion sur la conduite humaine, sur la portée qu'elle peut avoir au niveau individuel ou collectif. Dans le monde de la joaillerie, cette remise en question doit prendre en considération le traitement des travailleurs, la répercussion de cette économie sur les communautés locales ainsi que sur leurs environnements. À l'aune d'un monde de plus en plus globalisé, il est également nécessaire d'élargir notre définition de la durabilité et de la déontologie. Si d'un point de vue occidental, l'extraction minière est souvent perçue comme polluante et peu scrupuleuse quant au travail humain ; les sociologues Hilson et Lahiri-Dutt ont récemment démontré la portée positive de ces activités sur les populations. Ces notions sont donc ambivalentes et doivent être maniées avec discernement et précaution.

Avant toute chose, il est nécessaire de distinguer les diverses étapes et acteurs impliqués dans le processus de création d'un bijou. La question des matières premières est peut-être la plus importante, car il s'agit de la source. Dans ces dernières, l'extraction de l'or diffère de celle des pierres précieuses — dans lesquelles il est indispensable de dissocier pierres précieuses, pierres fines et diamants. Il existe cependant un paradoxe. L'extraction vient par définition modifier un environnement, profondément. Elle fait appel à des ressources

humaines. Comment donc associer ce processus — crucial pour la joaillerie — à une dimension éthique et écoresponsable ? Il réside un véritable flou à ce niveau-là, flou plus ou moins volontairement maintenu en raison de la confidentialité du marché. Mais malgré cela, certains acteurs se mobilisent, conscients que le monde des bijoux est une petite communauté, une chaîne et que l'impulsion d'un simple maillon permet au reste de prendre une direction plus juste.

Labels, associations : l'union fait la force

Des initiatives de régulation de l'extraction et du commerce de pierres précieuses ont commencé au début des années 2000. Les diamants ont été les premiers dans le viseur avec la création du *Kimberley Process* : un protocole qui garantit que les diamants ne sont pas liés à quelques conflits armés que ce soit. En 2003, 81 pays suivaient déjà le *Kimberley Process*. Aujourd'hui, ce sont plus de 85 pays — l'Union européenne et ses 27 États membres comptant pour un seul participant — qui font partie de l'association. Cette dernière a pour vocation de « stopper ou prévenir le

financement de guerres par la vente illégale de diamants » nommés communément diamants de sang. Il y a bien évidemment des failles — en particulier sur la question du travail infantile ou d'une rémunération injuste des travailleurs — néanmoins le *Kimberley Process*, avec ses 85 états membres, juggle une bonne fraction des mauvaises pratiques du marché du diamant. Il met en lumière certaines zones d'ombres et éduque tous les participants de ce commerce, jusqu'aux consommateurs qui sont peut-être les premiers vecteurs de changement. Le client crée la demande et l'informer sur les comportements éthiques permet d'impulser un mouvement qui se répercute dans toutes les sphères de la joaillerie-bijouterie.

En 2004, l'Alliance for Responsible Mining — ou ARM — voit le jour. Grâce à cette association à but non lucratif, le label *Fairmined* est fondé. Ce label certifie un or équitable, extrait dans des conditions plus respectueuses de l'environnement, des mineurs et mineuses. Il « atteste de la provenance d'or produit par des mines artisanales et à petite échelle, répondant aux principaux standards mondiaux en matière de pratiques responsables » selon leur site internet. Nombre de marques de joaillerie, grandes ou plus modestes, utilisent aujourd'hui de l'or garanti *Fairmined*, à l'instar de Chopard. Ces initiatives sont nécessaires, car elles permettent de développer des organisations minières plus conscientes qui investissent dans des projets communautaires et des infrastructures, dans une logique circulaire et vertueuse. Le label est aussi un moyen de rassurer les consommateurs tout en les informant — grâce à un site internet pédagogique et complet ainsi que des campagnes de sensibilisation.

Écologie, éthique et extraction minière : un paradoxe ?

En associant ces trois mots, des sourires s'esquissent parfois. Comment allier écoresponsabilité, éthique et extraction alors que cette dernière, par définition, vient exploiter une zone, déblayer tout ce qui pourrait entraver l'extraction des précieux matériaux ? Cette activité minière demande généralement une main-d'œuvre humaine, qui n'est pas tout le temps rémunérée à la hauteur de la rudesse de la tâche. *Quid* de la durabilité à ce premier stade de production ? Dans un premier temps, il est nécessaire de discerner les métaux des pierres. L'extraction de ces dernières est moins polluante que celle de l'or, par exemple, qui utilise du mercure. Dans les gemmes il est également important de bien

Les bijoux sont en fin de compte très écologiques, car ils sont hautement recyclables. Il suffit de faire fondre l'or et de le réutiliser, ou de sertir les pierres différemment.

— *Amanda Triossi, historienne de la joaillerie*

À un niveau plus global, en quittant les spécificités de l'or et des diamants, le Responsible Jewellery Council regroupe quelque 1.000 sociétés et fournisseurs du monde de la joaillerie et de l'horlogerie. À l'instar du label *Fairmined*, le but premier de cette organisation est de mettre en avant des comportements responsables et de soutenir des politiques d'entreprises « éthiques, sociales et environnementales ». Pour en faire partie, il faut respecter un code pratique [voir encadré p.79] qui permet d'obtenir une certification — cette dernière assure que l'intégralité de la filière « de l'exploitation minière au commerce de détail » est sûre. Le Responsible Jewellery Council concerne — en plus de l'or, des diamants et du platine — les gemmes de couleurs ainsi que l'argent. Parmi leurs membres se retrouvent les grands noms de la joaillerie comme Chaumet, Piaget, Pomellato ou encore Van Cleef & Arpels. Le Responsible Jewellery Council cherche à faire avancer le monde de la grande joaillerie vers plus de durabilité. Il s'agit de mettre en place des standards, mais surtout de donner des outils pour sensibiliser professionnels et consommateurs. Outre-Atlantique, d'autres initiatives similaires sont nées concomitamment, comme Ethical Metalsmiths, une association américaine à but non lucratif, véritable ressource pour l'éducation et l'action positive. Les fondatrices, Niki Grandics et Susan Kingsley valorisent un approvisionnement et une fabrication responsable ; privilégient une transparence entre la mine et le marché.

De l'extraction à la production, la joaillerie implique de nombreuses étapes, parfois opaques. Les certifications et labels offrent aux entreprises la possibilité de s'engager sur la voie du changement. Ce sont des outils qui enclenchent un mouvement positif dès le début de la chaîne, à savoir l'extraction des minerais et des gemmes ; ils permettent aussi de dissiper la nébulosité du processus malgré la nécessaire confidentialité du marché.

faire la différence entre les diamants et les pierres fines et précieuses. Si le *sourcing* des premiers est plus industriel, pour les secondes, l'extraction est souvent plus artisanale. En termes d'impact écologique, pour le diamant, le ratio est 1.700 tonnes de roches extraites pour un carat de diamant, soit 1.700 tonnes pour quelque 0,20 gramme. Il est aisé de deviner les dégâts environnementaux et humains qui en résultent. Certaines mines, la plupart certifiées par les labels évoqués, ont mis en place différents systèmes alliant responsabilités sociales et environnementales.

En Birmanie, dans la région de Mogok par exemple, où une société minière a adopté un modèle circulaire. Le système d'extraction est organisé en étage, en fonction du niveau de la rivière. Une rotation s'effectue régulièrement, permettant aux





Bagues Isilde, Sarita et Pierette

© Paulette à bicyclette

mineurs de trouver des pierres plus importantes, ces dernières allant décroissant en descendant près du lit de la rivière. Et bien que les travailleurs ne soient pas payés à l'heure, leur donner la possibilité d'œuvrer sur différents niveaux et de dénicher des pierres de taille plus conséquente qu'ils peuvent ensuite revendre sur le marché à des prix intéressants. La gemmologue Lauriane Lognay explique plus en détail ce fonctionnement sur son blog.

Ces systèmes sont plus facilement mis en place dans les mines artisanales où les mineurs sont en général indépendants et extraient des minéraux à l'aide de leurs propres ressources — c'est-à-dire à la main. L'impact écologique en est donc moindre — cela vaut principalement pour les pierres précieuses colorées. Les mineurs artisanaux travaillent souvent de manière saisonnière afin de subvenir à leur besoin dans des régions où l'agriculture n'est pas envisageable à certaines périodes. Selon un rapport de l'IISD (International Institute for Sustainable Development), 20 % de l'approvisionnement mondial en or est produit par le secteur des mines artisanales, ainsi que 80 % de l'approvisionnement mondial en pierres précieuses et 20 % de l'approvisionnement mondial en diamants. Il existe de nombreuses mines artisanales légales et éthiques en Afrique (notamment en Tanzanie), au Sri Lanka et en Australie et des associations qui soutiennent les mineurs et mineuses à l'instar de l'Association des femmes minières tanzaniennes (TAWOMA).

D'autres initiatives permettent à l'extraction minière de contrebalancer ses effets néfastes

sur l'environnement, comme le site du lac Manyara qu'évoquait Yanni Melas, CEO de Gemexplorer LTD, lors du *webinar* du CREA en février dernier. Aucun vestige de l'exploitation minière n'est visible, tout a été recouvert par une végétation plantée dans le but de réduire l'impact environnemental au maximum. « Vous ne pouvez pas deviner qu'à un moment ce site a pu être le théâtre d'une extraction minière. On dirait un décor de film », confie Yanni Melas. Un *sourcing* durable et responsable est donc possible ; c'est même la première étape qu'une marque de joaillerie puisse franchir pour évoluer socialement et environnementalement éthique. D'autre part, il est essentiel de mesurer l'impact de chacune de ces activités afin de comprendre quelles sont les plus polluantes. Ainsi, il devient plus aisé d'adapter ces dernières pour réduire son empreinte écologique.

Traçabilité : les NFTs à l'assaut du monde joaillier

Dans la chaîne de production d'un bijou, la traçabilité est un élément essentiel. Elle garantit l'authenticité d'une pierre, mais aussi l'éthique

Le guide du RJC

Le Responsible Jewellery Council (RJC) a mis en place dès sa création des normes à suivre publiées dans leur guide « conseil pour les pratiques responsables en bijouterie-joaillerie ». Ce dossier contient des recommandations évoluant au gré des remarques et avis apportés par les membres. Il s'agit d'un outil vivant sur lequel peuvent se baser les entreprises désireuses d'instiller éthique et durabilité en leur sein. Dans ce code, le RJC balaye éthique des affaires et déontologie ; droits de l'homme, performance sociale et environnementale ainsi que les systèmes de gestion. En évaluant les risques intrinsèques à chaque catégorie, le RJC étudie les différents contextes et suggère différentes applications adaptables aux petites comme aux grandes sociétés — corruption, menace de contamination écologique ou bien travail forcé — le code des pratiques offre à tout un chacun la possibilité de remédier à la situation ou de l'éviter, autant que possible.

d'un bijou, d'une marque. Le certificat est un facteur non négociable dans l'achat de gemmes, généralement sous format papier ; il évolue aujourd'hui en naviguant sur les avancées technologiques de son temps. La plateforme numérique Noble Facet, créée par l'entrepreneuse Tatjana Li, défriche l'univers des NFTs. Selon elle, la production éthique et la transparence de la chaîne d'approvisionnement sont des étapes essentielles et fondamentales à franchir pour assurer une industrie joaillière durable et positive pour la planète et pour celles et ceux qui y vivent. Noble Facet se propose de contrôler la traçabilité et la provenance de pièces qui sont enregistrées sur un registre numérique, une sorte de double digital qui suit la pierre ou le bijou de manière quasi infailible. Les NFTs apparaissent aujourd'hui comme des moyens de sécuriser les transactions et de montrer aux clients tous les efforts entrepris dans leur quête d'écoresponsabilité. Au-delà de la frénésie soulevée par les *NFTiff-cryptopunk* de Tiffany & Co, les cryptocertificats assurent un contrat de confiance entre l'acheteur et l'industrie.

Les pierres précieuses, d'un point de vue écologique, n'ont besoin que d'eau pour être extraites. Vous n'avez pas besoin d'ajouter des produits chimiques nocifs dans le sol pour extraire la pierre.

— *Kunming Tay, Gem Museum Singapore*

En aval : une joaillerie de plus en plus green ?

Après l'extraction des pierres, leur mise en circulation sur le marché, vient la question de la création. Dessin, modélisation, découpe, fonte, sertissage... « La durabilité, c'est également maintenir des traditions qui tendent à disparaître ; s'engager pour le maintien, la mémoire d'un patrimoine », partageait Laurent Cartier, co-fondateur et manager du *Sustainable Pearls* et Project Manager pour SSEF, pendant le *webinar* du CREA. L'équilibre n'est pas évident entre préservation des pratiques traditionnelles, éthique et écoresponsabilité ; néanmoins certaines marques ont trouvé la parade, avec le recyclage notamment. Car les pierres, comme l'or, sont recyclables. Cela permet de faire revivre des bijoux et d'alimenter une économie circulaire positive. Une joaillerie éthique, c'est aussi une joaillerie qui prête attention à l'intégralité de la chaîne, qui s'assure que les métaux utilisés — s'ils ne sont pas recyclés — sont labellisés *Fairmined*, tout comme les gemmes. Paulette à Bicyclette, April Paris, JEM, Flore & Zéphyr, OR DU MONDE... De nombreuses marques ont vu le jour ces dernières années. Elles illustrent un engouement qui ne se dément pas pour des produits plus éthiques, même dans le secteur du luxe. Vever, sous l'impulsion de Camille Vever, sa directrice, a à cœur de produire des bijoux éthiques, dont l'impact sur l'environnement est moindre. En 2020, celle-ci a décidé de fonder une entreprise à mission, dont les ateliers sont tous basés en France, et les matériaux utilisés proviennent tous de sources éco-responsables. L'engagement est pris, sur toute la ligne... Mais ces marques restent encore assez anecdotiques sur le marché, ainsi que leurs clients.

Il est donc plus que nécessaire aujourd'hui de valoriser ces initiatives, de la mine à la création ; de partager et d'éduquer les industries comme les consommateurs. La pédagogie est bien le fer de lance d'une joaillerie éthique, écoresponsable et durable.








Organisez vos événements privés ou professionnels dans le cadre unique d'un des plus beaux Châteaux de Provence...



Château de Valmousse


04 42 57 20 08


Château de Valmousse
13410 Lambesc


info@valmousse.com

www.valmousse.com

PASSIONNÉ(E) D'ART ?
ABONNEZ-VOUS À AMA.

C'est gratuit !

subscribe.artmediaagency.com



FINE COLOMBIAN EMERALDS

GEMGENÈVE BOOTH B7

