

art
media
agency

Revue d'art

ARTCURIAL



VAN CLEEF & ARPELS
Paire de pendants d'oreilles « Snowflake »

Vendu 76 792 €



PATEK PHILIPPE
Chronographe Calendrier Perpétuel
Ref.3970E - vers 1993

Vendu 127 104 €



HERMÈS
Sac « Kelly Doll » - 2000

Vendu 27 279 €

Ventes en préparation

MONACO AUCTION WEEK

Joallerie, Horlogerie, Hermès & Luxury Bags

Ventes aux enchères :
Juillet 2026
Hôtel Hermitage Monte-Carlo

Clôture des catalogues :
Mai 2026

Estimations gracieuses et
confidentielles sur rendez-
vous de vos bijoux, montres,
sacs et accessoires de luxe

Prendre rendez-vous
expertise@artcurial.com
+33 (0)1 42 99 16 30

PIERRES NON CHAUFFÉES



KOUROSH

UNIQUE GEM STONES

BANGKOK THAILAND

www.unheatedgems.com

Stand D91



BE LIZA

ART JEWELRY



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



Francois Feral Benga (2018), Athi-Patra Ruga
Coutroisie GemGenève

AMA

Direction de la publication:	Pierre Naquin
Rédaction en chef:	Phillip Barcio Carine Claude Stéphanie Perris Gilles Picard
Secrétariat de rédaction:	Carine Claude Nahir Fuente
Auteurs:	Carine Claude Céline Lesage Nahir Fuente
Traduction:	Fui Lee
Conception graphique:	Pierre Naquin
Maquette:	Nahir Fuente Pierre Naquin
Relecture:	Laura Archer Stéphanie Perris
Retouches:	Hassan Bongotha Mikiéla
Contact:	news@artmediaagency.com
Diffusion:	315.000+ abonnés numériques 2.000 copies imprimées

art
media
agency

Actualités

QUE SE PASSE-T-IL DANS LE MONDE DE L'ART ?

Il y a une app. pour cela !

news.artmediaagency.com



art
media
agency

Revue d'art

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

C'est gratuit !

subscribe.artmediaagency.com



SOMMARIET



GemGenève 2025

Photo Mickaël Pijoubert. © Art Media Agency

ÉVÉNEMENT

GemGenève 2026 _____ **12**

INTERVIEW

Thomas Faerber et Ronny Totah _____ **22**

EXPOSITION

« Façonner la matière, sublimer » _____ **32**

LIVRE

Émeraudes colombiennes _____ **40**

ZOOM

Corail _____ **48**

GRAND ANGLE

Idar-Oberstein _____ **58**

TÉMOIGNAGE

Les amis de GemGenève _____ **66**

ÉVENEMENTS



GemGenève 2024

Photo Mickaël Pijoubert. © Art Media Agency

GEMGENÈVE, 10^E ÉDITION: L'ÂGE DE RAISON

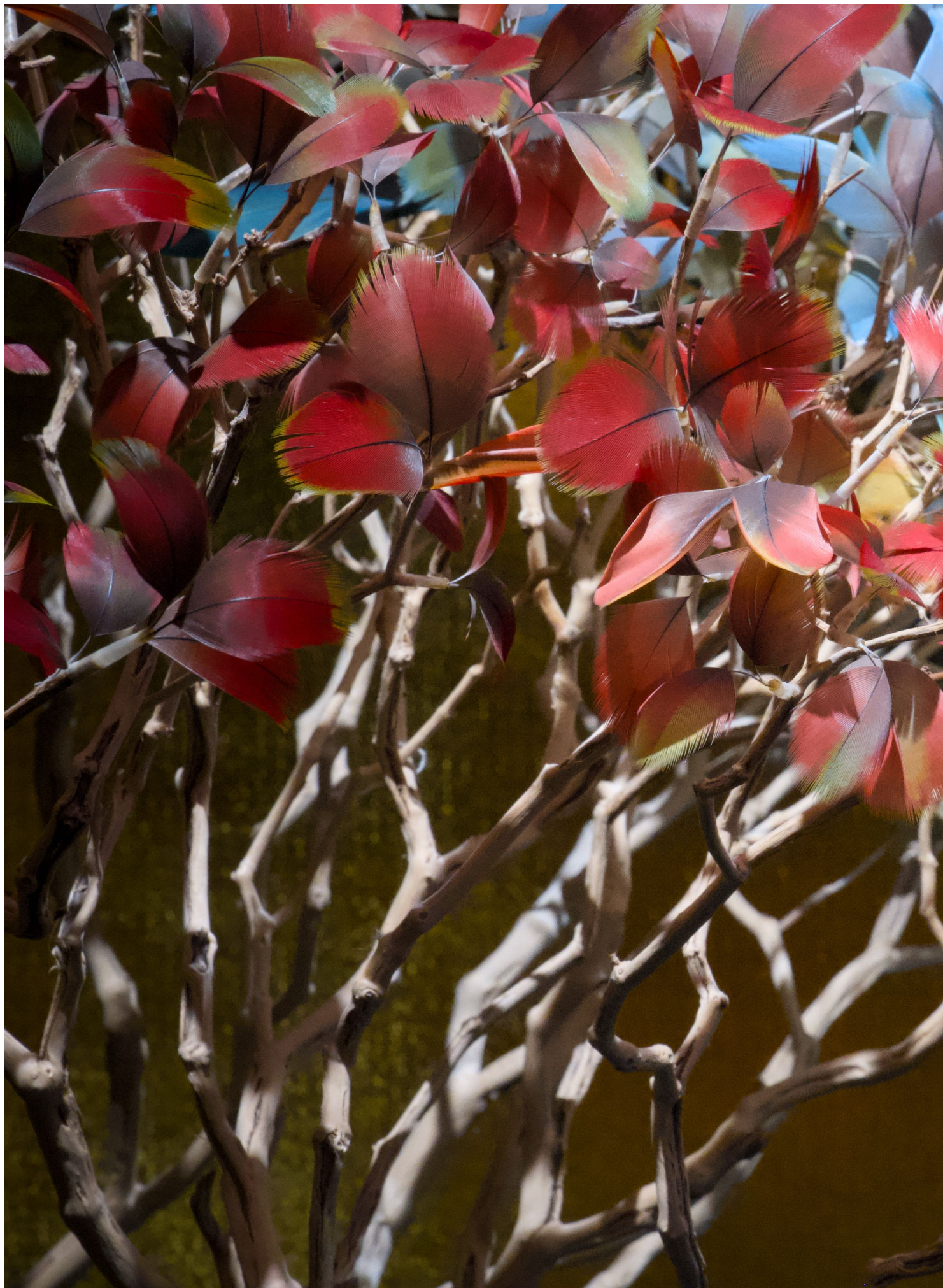
Du 7 au 10 mai sous la halle 2 de Palexpo, GemGenève fête sa 10^e édition : l'heure de célébrer cette aventure inattendue née d'un pari fou porté par une petite équipe de passionnés. Un salon qui a su prendre son envol, sans jamais renier ses valeurs ni ses convictions.

9.445 mètres linéaires de bijoux, diamants et autres pierres précieuses. À l'aube des célébrations de sa 10^e édition, ce chiffre impressionnant rappelle que les visiteurs de GemGenève ont pu découvrir un nombre incalculable de merveilles joaillères derrière les vitrines de ce salon pas comme les autres, dédié aux professionnels et pourtant ouvert au grand public. Tout sauf anecdotique, il reflète surtout le challenge relevé par ses deux pères fondateurs, Ronny Totah et Thomas Faerber, figures éminentes et respectées de cette industrie, qui ont souhaité créer un salon « pour les exposants, par les exposants » au firmament des arts joaillers [voir p.22]. Désormais ancré dans le calendrier mondial des grands événements du secteur, le salon réaffirme son ADN singulier à l'occasion de cette 10^e édition : proposer un rendez-vous commercial à haute valeur ajoutée, valoriser les métiers d'art, célébrer les savoir-faire et soutenir la création. Un hub d'innovation et de transmission conjuguant négoce et culture, comme il n'en existe nulle part ailleurs.

Lancé en 2018, leur salon a su donner un nouveau souffle à Genève, qui fut un centre majeur de la taille du diamant entre le XV^e et le XVIII^e siècle et qui reste encore aujourd'hui synonyme d'excellence joaillière et horlogère. Chaque printemps, la ville se transforme en capitale mondiale des belles gemmes et des bijoux d'exception avec ses grandes ventes aux enchères du mois de mai, qui rythment le marché depuis la fin des années 1960. Les fondateurs de GemGenève souhaitaient renforcer la dynamique de cet écosystème. Un pari réussi, comme en témoigne sa fréquentation de près de 5.000 visiteurs l'an dernier.

Marchands du monde entier

Négociants en pierres, joailliers contemporains, artisans d'art, jeunes designers, experts, chercheurs, étudiants, collectionneurs et passionnés... Pour célébrer cette édition anniversaire, 200 marchands de premier plan venus du monde entier ont répondu présents, sans compter les grandes signatures familiales, les musées et les institutions culturelles, les écoles, les laboratoires de gemmologie et les librairies spécialisées. Du Brésil aux Émirats arabes unis, en passant par l'Australie, les 17 nationalités des marchands présents illustrent ce positionnement stratégique de Genève comme place forte du marché joaillier mondial [voir encadré p.24]. Représentant près d'un quart des exposants, les professionnels américains reviennent en force (46 marchands) avec le diamantaire new-yorkais Isaac Davidowits, ainsi que Paul Fisher, maison de référence dans le domaine des bijoux anciens. Avec la Suisse (23 exposants) et la Belgique (22 exposants), près d'une trentaine d'exposants





GemGenève 2025

Photo Mickaël Pijouert. © Art Media Agency

européens seront également rassemblés : Allemagne (14), France (8), Italie (3), Royaume-Uni (3) et Monaco (1). Les exposants asiatiques occupent également une place essentielle, avec 23 exposants venant de Hong Kong, 15 de Thaïlande, 11 d'Inde, 5 de Singapour et 2 du Sri Lanka, sans oublier le Moyen-Orient avec trois marchands venus des Émirats arabes unis. Enfin, comme chaque année, des exposants brésiliens et australiens n'ont pas hésité à parcourir plus de 10.000 km pour fêter l'événement. Le nec plus ultra de la joaillerie rassemblée pendant quatre jours sous la halle 2 de Palexpo.

Ici, pas de hiérarchie. Depuis les débuts du salon, les organisateurs ont fixé la taille maximale des stands à 60 m², une décision motivée par le désir de créer un équilibre subtil entre les professionnels présentant d'importants volumes de marchandises et les maisons familiales mettant en avant leur savoir-faire. « Afin d'offrir aux petites structures une visibilité comparable à celle des grands marchands internationaux, la taille maximale des stands a été volontairement limitée, pour éviter de trop fortes disparités entre les surfaces d'exposition, explique Nadège Totah, co-organisatrice

de GemGenève. C'est cet esprit d'équité qui, je crois, reflète le véritable ADN de GemGenève. »
[voir encadré]

Pari réussi là encore puisque chaque année, les fidèles reviennent — un taux de 43 % depuis les débuts du salon —, tout en côtoyant de nouveaux venus — 11 pour cette 10^e édition — comme le diamantaire belge Spectrum qui signe sa première participation. « Le sang neuf fait toujours du bien et c'est aussi pour cela que nous aidons les jeunes à se lancer et à entrer dans le métier », précise Ronny Totah, co-fondateur de GemGenève.

3 questions à... Nadège Totah

Nadège Totah est co-organisatrice de GemGenève.

Dix éditions de GemGenève : l'aviez-vous imaginé à vos débuts ?

Franchement, oui — en tous cas, on l'espérait ! Depuis le premier jour, nous sommes restés sur la même vision : faire de GemGenève une plateforme de rencontres, pour les exposants, les designers, les écoles, les métiers d'art. Nous avons eu une liste d'attente dès la deuxième édition et très rapidement, les exposants nous ont fait part de leur soutien et de leur satisfaction — c'est le signe qu'on a atteint nos objectifs, finalement.

Quel est le secret de cette longévité ?

On n'a jamais cherché à faire de la nouveauté pour faire de la nouveauté. Le plaisir, c'est de voir les exposants revenir, contents d'être là. On sait alors que la mission est réussie. Ce qui aide aussi, c'est notre façon de fonctionner : on est une petite équipe, sans objectifs gravés dans le marbre à cinq ans. Ça nous a donné une vraie agilité. Une discussion intéressante avec quelqu'un, et hop, on y va — sans devoir faire valider un programme par quatre niveaux hiérarchiques pour n'obtenir au bout du compte qu'une version édulcorée de l'idée initiale. Cette liberté-là, c'est précieux.

Au bout de dix éditions, GemGenève semble avoir franchi un cap : celui d'une marque à part entière. Qu'est-ce que ça change concrètement ?

Oui, et c'est quelque chose que l'on réalise petit à petit. Depuis quelques éditions, quand les gens parlent de GemGenève dans le milieu joaillier, ce n'est plus seulement le nom d'un salon : c'est un concept, un état d'esprit, une certaine sélectivité. Les exposants eux-mêmes nous le disent. Et une marque, ça ouvre des portes. Ça signifie que l'on peut envisager de décliner ce que GemGenève représente dans d'autres contextes, d'autres pays, d'autres formats — sans que ça soit forcément un autre salon ailleurs. Ce serait GemGenève, avec tout ce que ça implique. On n'en est qu'au début de cette réflexion, mais c'est une perspective qui nous enthousiasme vraiment.

Cahier de tendances

GemGenève, c'est aussi l'occasion de découvrir des tendances grâce à l'éclairage avisé des exposants. Depuis quelques temps, les grosses perles ont la cote. « Qu'elles soient blanches, grises, noires ou *gold*, les perles de plus de 15 mm sont actuellement particulièrement recherchées sur les marchés asiatique et américain, ainsi qu'en Europe de l'Est et en Europe centrale », analyse le négociant parisien Alain Boite, qui participera à la 10^e édition de GemGenève aux côtés de ses fils Thomas et Pierre. Pour sa part, le diamant renouvelle ses codes esthétiques avec des formes atypiques et les tailles non standard : cabochon, *Old mine*, *vintage cut*, diamants *salt and pepper*... Des gemmes porteuses d'histoire et de personnalité présentées par Glittering Gems et Poli Trading Company ou encore le négociant Dynamic International qui présente à GemGenève une pièce hors norme, le plus gros diamant cabochon jamais taillé d'un poids de 12 carats. Quant aux pierres de niche, elles sont mises à l'honneur chez le joaillier belge Jochen Leën, collectionneur passionné de pierres rares. « Nous assistons aujourd'hui



Nadège Totah

Photo Mickaël Pijoubert. © Art Media Agency



Collection *Happy Gems*

© Herbert Stephan, Courtoisie GemGenève

à une évolution significative vers la diversité et les couleurs vives dans les bijoux solitaires, dit-il. Avec notre marque, nous nous attachons à mettre en valeur des pierres précieuses et des minéraux de niche. » Sans oublier les pierres recyclées du lapidaire Herbert Stephan qui valorise les « chutes » de pierres brutes ou les gemmes présentant de légers défauts de surface en les transformant en camées.

Le génie de la main

La diversité et les métiers d'art sont à l'honneur. Pour célébrer la toute première édition de l'Africa Jewellery Week™ officiellement lancée cette année, GemGenève accueille à nouveau la Jewellery and Gemstone Association of Africa (JGAA). Fondée en 2022 par la Londonienne Longo Mulaisho-Zinsner, née en Zambie, la JGAA lutte activement contre la pauvreté

et œuvre au développement économique en Afrique par le biais de formations en joaillerie et en gemmologie. Sa mission est de soutenir l'industrie joaillière africaine en formant des artisans, en les intégrant dans un modèle économique durable et en leur offrant des perspectives internationales. Un cycle vertueux et responsable.

3 questions à... Mathieu Dekeukelaire

Mathieu Dekeukelaire est le directeur de GemGenève.

Le salon a été pensé dès le départ « par les marchands, pour des marchands ». Dix ans après, cet ADN est-il intact ?

Le concept de base n'a pas bougé. Un marchand n'est pas un concepteur de stand — il ne doit pas réfléchir aux prises électriques ou à l'éclairage. Il doit se concentrer sur ses pièces et sur la manière de les valoriser. Les stands sont pensés clés en main, les marchands sont mélangés chaque année au sein du salon, la direction artistique reste sobre. On n'est jamais partis dans le *bling-bling* ou dans la surenchère. Et même si GemGenève connaît un certain succès, on a toujours réussi à rester humains et humbles. Cet esprit de départ, on y tient.

L'exposition thématique est devenue un rendez-vous attendu.

Quel est son fil conducteur cette année ?

Depuis quatre éditions, tout le monde nous demande quel est le thème de l'année — visiteurs, exposants, journalistes. C'est bon signe : ça veut dire que le projet d'exposition culturelle est désormais ancré dans GemGenève. Cette année, le thème est « Façonner la matière, sublimer » — les matières brutes, les ébauches, ce qui a été sculpté, poli, abrasé, dégrossi [voir p.32]. L'idée, c'est de pousser les visiteurs à réfléchir en amont : quel a été le geste, le travail, les contraintes pour obtenir une telle perfection ? On exposera des matières minérales — onyx, lapis lazuli, jade — et organiques. Avec le MAH pour la quatrième année, et la Fondation Baur en nouveau partenaire, un magnifique musée d'art asiatique en ce moment fermé pour rénovation. Pour notre exposition, ils prêtent une quarantaine de pièces issues de leur collection, ce qui leur permet par la même occasion de les faire vivre hors les murs le temps des travaux.

GemGenève a souvent dû s'adapter, changements de halle, configurations imposées. Ces contraintes ont-elles finalement été une chance ?

Oui, clairement. Le fait qu'on change régulièrement de halle, qu'on soit obligés de tout repenser — l'implantation, les projets annexes — a créé quelque chose d'inattendu : une attente chez les visiteurs. Ils arrivent en se demandant ce qu'on a fait cette année. C'est devenu un vrai ressort. Et puis c'est propre à notre façon de fonctionner : on n'est pas coincés dans un plan à cinq ans. Ça nous a donné une réelle agilité. GemGenève s'est construit comme ça, non pas malgré des contraintes, mais avec elles. Et je pense que c'est aussi pour ça que nous sommes perçus comme différents.

Autre nouveauté : un espace Métiers d'art au Village des savoirs voit le jour. Destiné à valoriser les savoir-faire ancestraux et artisanaux, cet espace propose des rencontres entre le public et des maîtres d'art venus de différents horizons. Des métiers de la main, rares et méconnus, parfois oubliés, qui font l'essence du luxe. La grande artiste plumassière Nelly Saunier, qui a collaboré avec Chopard, Van Cleef & Arles, Winston ou encore Piaget, y présente cet art infiniment délicat en conférence. La Polonaise Alicia Stanska, formée chez Lesage, dévoile son spectaculaire travail de broderie serti de cristaux Swarovski avec sa série *Masterpiece*, tandis que l'art de l'émail et de la micromosaïque font l'objet de deux expositions thématiques. En direct pendant le salon, quatre artisans d'art indépendants en résidence pendant GemGenève — Rim Bürki, Sonja Petschnig, Félicien Riondel et Matteo Stauffacher — réalisent une œuvre collaborative sous les yeux de visiteurs en dévoilant les différentes étapes de création d'une pièce de joaillerie. Une occasion rare de découvrir les coulisses de l'atelier et les secrets de fabrication d'un bijou. « Célébrer les métiers d'art, dans toute la diversité de leurs savoir-faire et de leurs techniques, est devenu au fil des éditions une évidence, affirme Ronny Totah. À une époque où la performance et la productivité sont souvent approuvées, y compris dans les industries du luxe, il me semble essentiel de mettre en lumière

celles et ceux qui défendent une autre vision de l'exclusivité. Certaines pièces de joaillerie tirent leur valeur du temps considérable qu'exige leur réalisation et de la multiplicité des compétences qu'elles mobilisent. C'est aussi en cela que les bijoux nous font rêver, ne l'oublions pas ! »

Culture et transmission

Très attendue à chaque édition, la grande exposition culturelle temporaire de GemGenève se place cette année sous le signe du geste et de l'excellence artisanale avec « Façonner la matière, sublimer » pour comprendre comment, à partir d'un élément brut, la main le transfigure en objet de luxe [voir p.32]. « L'exposition illustre les processus de transformation des matières qui ont été sculptées, polies, abrasées, dégrossies pour comprendre quel a été le geste, le travail, les contraintes pour obtenir une telle perfection dans la pièce finale ? », explique Mathieu Dekeukelaire, directeur de GemGenève [voir encadré p.19]. Il poursuit : « Cette volonté culturelle et pédagogique participe à la crédibilité, à la pérennité et à l'identité de GemGenève. Dans un monde où tout va vite, créer des espaces de transmission et de sens est, à nos yeux, une responsabilité. » En partenariat avec la Fondation Baur – musée des arts d'Extrême-Orient [voir encadré p.34], le musée d'art et d'histoire de Genève (MAH) et le Museum d'Histoire Naturelle de Genève, l'exposition rassemble une centaine de pièces issues de collections institutionnelles et privées, notamment celles d'exposants comme la Faerber Collection, Nicolas Torroni et Ernst Färber. Camées, vases en néphrite d'époque Qing, céramiques, intailles, nécessaires Art Déco... À travers cette sélection éclectique, l'exposition offre un panorama sur l'extraordinaire diversité des

matériaux organiques ou minéraux travaillés par les métiers de la main, dont certains font aujourd'hui l'objet d'une réglementation stricte concernant les espèces protégées comme la corne, l'ivoire, l'écaille de tortue ou le corail [voir p.48].

La transmission défendue avec cœur par les organisateurs s'incarne également avec la mise en avant des écoles et instituts de formations aux métiers d'art pendant GemGenève. Les futurs diplômés de la HEAD (Haute École d'Art et de Design de Genève) participent au *workshop* « An American in Paris » en collaboration avec le Grand Théâtre de Genève. Inspirés par sa programmation, les étudiants ont travaillé sous la direction de la créatrice Valentina Brugatelli autour du thème du bijou fantaisie. Leur mission ? Réinterpréter une broche d'avant-guerre, imaginer un bijou de scène contemporain et le réaliser dans le matériau de leur choix. À l'issue, les visiteurs sont invités à voter pour leur création favorite qui remportera le Prix « Coup de cœur du public ».

Expertise et pédagogie encore avec le dense programme de conférences, discussions et tables rondes éclairant les pratiques, les techniques, l'écosystème joailler, l'histoire et le marché [voir encadré p.27]. L'ivoire, la valorisation des collections privées, le jade [voir encadré p.38] ou encore les camées sont au menu des échanges. Des spécialistes de premier plan sont attendus, comme Alice Minter, conservatrice de la Rosalinde and Arthur Gilbert Collection du Victoria & Albert Museum de Londres ; Jean-Baptiste Clais, conservateur du musée du Louvre chargé des collections asiatiques et des porcelaines au sein du département des objets d'art ; ou encore Pauline d'Abriègeon, conservatrice de la Fondation Baur. Habités de GemGenève, les gemmologues de l'Association Gemmologie et Francophonie, qui ont réalisé les fiches d'identité des pierres sélectionnées pour l'exposition temporaire, apportent leur éclairage scientifique et répondent à la curiosité des amateurs de minéralogie lors de leur conférence le 8 mai.

Plus qu'un salon, une marque

Cette 10^e édition marque une étape dans l'aventure de GemGenève. D'itération en itération, d'une édition à l'autre, l'état d'esprit et les valeurs portés par la petite équipe agile de l'organisation rencontrent l'approbation de l'écosystème. Certains exposants verraient d'ailleurs d'un bon œil la déclinaison de l'événement à l'international. « Nous n'y sommes pas encore, mais depuis environ trois éditions, on peut dire en effet que GemGenève est devenue une marque dans le sens où les gens du milieu joailler savent ce que ce nom représente : un certain concept, un certain esprit, une certaine sélectivité, une certaine qualité d'organisation », constate Mathieu Dekeukelaire, le directeur, avant de conclure : « C'est une forme de reconnaissance du marché. »

GemGenève 2024
Photo Mickaël Pijoubert. © Art Media Agency



IN-TERRA



GemGenève 2024

Photo Mickaël Pijoubert. © Art Media Agency

THOMAS FAERBER ET RONNY TOTAH: L'ESPRIT GEMGENÈVE

Les co-fondateurs du salon de haute joaillerie genevois reviennent sur dix éditions d'une aventure née de l'amitié, de la passion des pierres et d'une envie de démocratiser un monde longtemps réservé aux seuls initiés.

GemGenève est l'histoire d'un challenge. En 2018, Thomas Faerber et Ronny Totah, deux marchands genevois de pierres précieuses et de bijoux qui se connaissent depuis plus de quarante ans, ont l'idée de créer un salon « imaginé et pensé par des exposants pour des exposants. » Un pari « un peu fou » pour les deux compères qui sont à la fois « amis, confrères et concurrents » et qui n'ont aucune expérience d'organiseurs de foires... Leur concept ? Rassembler une communauté de premier plan — marchands, laboratoires, fabricants, designers, acheteurs — en dialogue avec l'écosystème culturel de la pierre précieuse et de la joaillerie — experts, conservateurs, historiens, libraires. Et à la différence des autres salons professionnels, GemGenève est ouvert au grand public. Une manière de rendre accessibles les coulisses de la création de ce secteur fascinant, mais réputé pour être réservé aux seuls initiés. Dix éditions plus tard, le succès et la notoriété rencontrés par leur événement leur donnent raison.

Une dixième édition, était-ce imaginable quand vous avez lancé GemGenève ?

Thomas Faerber (TF) : Honnêtement, non — ou du moins, ce n'était pas l'ambition de départ. À l'époque, le Salon de Bâle s'essouffait [le dernier Baselworld s'est tenu en 2019, NDLR]. Mon ami Ronny Totah et moi-même avons décidé de nous lancer, sans avoir jamais organisé un salon de notre vie ! C'était un pari, presque une folie.

Ronny Totah (RT) : Pas du tout. Les chances de réussite étaient objectivement faibles — notre cote chez un *bookmaker* aurait été très élevée ! Au fond, on ne s'est même pas posé la question

de savoir si ça pourrait durer. On sentait qu'il fallait que quelque chose se fasse, et qu'on n'avait rien à perdre en tentant l'aventure. Mais rien de tout ça n'a été planifié ni structuré — on s'est lancé en se disant qu'on n'avait rien à perdre, qu'on voulait faire un salon qui nous ressemble et qui réponde à nos besoins, et qu'on ne cherchait pas à gagner de l'argent. C'est tout. Et c'est petit à petit que ça s'est construit.

Qu'est-ce qui vous a donné l'envie de franchir le pas ?

TF : Il y avait un vide à combler. Le monde de la haute joaillerie méritait un lieu de rencontre à Genève, une ville qui lui est naturellement liée. Et puis, Ronny et moi partageons la même passion : celle des belles pierres et des belles personnes qui les entourent.

RT : Nous sommes d'abord partis d'un constat : nous étions avant tout des exposants — et comme tous les autres exposants, nous avons parfois souffert de l'incompréhension des organisateurs des salons auxquels nous participions, tout simplement

parce qu'un organisateur professionnel ne peut pas connaître les spécificités de chaque secteur. Or, nous connaissions exactement les besoins des exposants, puisque c'étaient les nôtres ! La question n'était pas « Qu'est-ce que les autres veulent ? », mais « Qu'est-ce que nous on veut ? ». Si nous étions satisfaits, les autres le seraient aussi. C'est mécaniquement simple : pas besoin de réfléchir à ce que pense l'autre. Il suffit de se souvenir de ses propres frustrations — les mauvaises lumières, les vitrines mal conçues, les espaces étouffants — et d'y apporter un remède.

En quoi GemGenève se démarque-t-il des autres grandes foires ?

RT : Nous savons être à l'écoute. J'entends par là qu'il faut aussi savoir entendre l'insatisfaction et accueillir les remarques négatives, pour ensuite améliorer ce qui peut l'être et ouvrir de nouvelles perspectives. Nous nous réunissons le vendredi matin pour échanger. Ce temps de parole offre également l'occasion d'engager des discussions sur l'avenir, de questionner les exposants sur leurs attentes, de prendre la température. Le salon existe parce que les exposants souhaitent qu'il existe... Alors nous essayons, ensemble, de le faire vivre du mieux possible.

TF : Ce qui fait toute la différence, c'est que GemGenève est un salon créé et organisé par des exposants. Cela change tout. Notre but n'est pas de faire de grands bénéfices en tant qu'organisateur, car ce n'est pas notre activité principale. Nous sommes avant tout des marchands, et nous avons voulu concevoir un salon qui corresponde vraiment à nos besoins et à ceux de nos confrères. Cette philosophie se ressent à tous les niveaux : dans l'ambiance, la transparence, le respect entre les participants. On sait de quoi on parle, parce qu'on est du même milieu.

Justement, comment ce marché a-t-il évolué depuis que vous faites ce métier ?

RT : Le défi majeur a été le passage au *full disclosure*, c'est-à-dire l'exigence d'apporter davantage de transparence au marché, notamment en ce qui concerne les traitements. Jusqu'au début des années 1990, certaines pratiques traditionnelles étaient couramment utilisées pour améliorer l'apparence des pierres, comme le chauffage. Ce type de traitement, que Pline le Jeune évoque déjà à l'Antiquité, s'est perpétué au fil des siècles, comme l'attestent les écrits de Duarte Barbosa au XVI^e siècle. Lorsque les laboratoires de

gemmologie ont commencé à se structurer et à se professionnaliser, la demande de transparence s'est imposée naturellement. Il a fallu apprendre à communiquer différemment avec les clients, à expliquer les traitements, leur impact, leur valeur et à instaurer une relation fondée sur la confiance et la documentation. C'était un vrai changement de culture : passer d'un métier où certains savoirs étaient transmis oralement ou considérés comme implicites, à un métier où tout devait être clairement dit, documenté et certifié. Cette transition n'a pas toujours été simple, mais elle était nécessaire. Aujourd'hui, elle fait partie

Genève, capitale du luxe

Fief historique de la haute horlogerie, QG des grands groupes du luxe, hub de la finance internationale... Genève est un écrin parfait pour les amateurs de belles pierres. Plusieurs conglomérats du luxe s'y sont installés comme Kering ou encore Richemont avec sa galaxie de marques emblématiques de haute joaillerie et de montres — Vacheron Constantin, Piaget, Roger Dubuis, IWC, Cartier, Van Cleef & Arpels. Doublement présente en horlogerie et haute joaillerie, Chopard est aussi l'une des grandes maisons possédant une manufacture à Genève.

Deux fois par an, la ville accueille également les grandes ventes aux enchères dédiées aux montres et bijoux, des événements phares qui rythment le secteur depuis les années 1960. Sotheby's y a dispersé les bijoux de la duchesse de Windsor, de Maria Callas et de Gina Lollobrigida, mais aussi la *Lune bleue de Joséphine* (48,5 M\$ en novembre 2015 — record mondial aux enchères pour un diamant, soit plus de 4 M\$ par carat). Cette année, la maison américaine tient sa vente de printemps le 12 mai, suivie par celle de Christie's le 13 mai. D'autres auctioneers sont présents pendant cette Semaine du Luxe, comme Phillips avec « The Geneva Jewels Auction » le 11 mai à l'Hôtel Président Wilson.

Compléments naturels de ce riche écosystème, d'autres salons spécialisés sont implantés de longue date à Genève, comme le salon Watches & Wonders — anciennement connu sous le nom de Salon International de la Haute Horlogerie (SIHH), qui existe depuis 30 ans. Le patrimoine n'est pas en reste. Riche de près de 650.000 objets, le musée d'art et d'histoire (MAH), le plus important musée encyclopédique de Suisse, conserve d'importantes collections d'horlogerie, d'émaillerie et de bijouterie. Quant au musée Patek Philippe, il présente une remarquable collection de quelque 2.500 montres, automates, objets précieux et portraits miniatures sur émail. Pour s'émerveiller, sans se ruiner.



GemGenève 2024

Photo Mickaël Pijoubert. © Art Media Agency



Ronny Totah

Photo Mickaël Pijoubert. © Art Media Agency

intégrante de notre profession et constitue l'un des socles de la confiance entre marchands, gemmologues et collectionneurs.

GemGenève a-t-il contribué à démocratiser cet univers ?

TF : C'est en tout cas ce que nous souhaitons. Dès le départ, nous avons voulu ouvrir le salon au grand public, pas seulement aux professionnels. La haute joaillerie est un monde très mystérieux pour

ceux qui ne le connaissent pas. Même si, dans les faits, notre public reste majoritairement composé d'initiés et d'amateurs, l'intention d'ouverture est là — et elle est réelle.

RT : Depuis que je suis en activité, le métier a beaucoup évolué. Il ne faut pas oublier que notre profession repose avant tout sur la confiance. Aujourd'hui, les acteurs sont plus nombreux, les très grandes entreprises davantage présentes et le paysage s'est

transformé. Même si Internet, les réseaux sociaux et les messageries instantanées nous permettent d'être connectés, le lien n'est plus tout à fait le même.

Quelle est la recette d'un salon réussi ?

TF : Un salon idéal, c'est quand tout le monde y trouve son compte : les exposants, les visiteurs, les acheteurs. Si le premier objectif est de faire des ventes, ce n'est pas seulement une question de chiffres. Un salon est aussi une occasion de créer des contacts, de rencontrer de nouveaux clients, de nouveaux fournisseurs, de se faire connaître et de montrer que l'on est présent sur le marché. Il faut qu'il y ait une belle énergie. Quand les exposants se sentent compris, écoutés et qu'ils repartent satisfaits, à la fois des affaires qu'ils ont réalisées et de la qualité de l'organisation, alors on peut dire que c'est une bonne édition.

Et les clés du succès de GemGenève en particulier ?

RT : Je pense qu'il y en a deux. La première, comme je l'ai dit précédemment, est que nous sommes partis de notre propre expérience. Nous n'étions pas des organisateurs, simplement des marchands parmi d'autres qui voulaient créer un salon pour nous, par nous et rien que pour nous. Et notre objectif en tant que marchand était que le salon fonctionne. Ceci a créé un lien de confiance, puisque je disais dès le départ aux exposants pressentis : « Si tu me confies ton argent et que le salon ne marche pas, c'est moi qui serai discrédité, car je suis un marchand tout comme toi. » La deuxième clé est que nous ne cherchons pas à faire de l'argent, même si ça semble facile à dire. Ce principe qui détermine tout ce qui fait la beauté de GemGenève. Concrètement, cela signifie que nous sommes disposés à investir davantage si cela améliore le confort du salon, même si ça nous coûte plus cher. Nous laissons des espaces

Conférences

GemGenève est devenu un incontournable rendez-vous culturel pour les amateurs d'art et de belles gemmes. Conférences, grands entretiens, tables rondes, dédicaces... Depuis son lancement en 2018, le salon a accueilli 139 séances autour du marché, de l'expertise des pierres et de leur histoire. Une véritable petite encyclopédie audiovisuelle de l'industrie joaillière enregistrée depuis la troisième édition et disponible sur digital.gemgeneve.com.

Cette 10^e édition ne déroge pas à la règle. Pendant les quatre jours du salon, conservateurs de musées, spécialistes et figures du monde culturel se succèdent à la tribune de GemGenève. En parallèle de l'exposition « Façonner la matière, sublimer », une table ronde sur le jade modérée par Laurent Cartier, du laboratoire de gemmologie suisse SSEF, réunit la conservatrice de la fondation Baur Pauline d'Abriègeon [voir encadré p.34] ; Jean-Baptiste Clais, conservateur spécialiste de l'Asie et des jades moghols au département des objets d'art du musée du Louvre ; et Wenhao Yu, ancien Chairman du département Jewellery and Watches Asia de Sotheby's.

Une autre table ronde sur le thème « La valorisation des collections privées, enjeux et contraintes », rassemble plusieurs intervenants de haut vol dont Lorraine de Thibault, directrice de la collection Servais ; Laure Schwartz, directrice de la Fondation Baur et Alice Minter, conservatrice de la collection Gilbert au V&A Museum. Côté design contemporain, une discussion modérée par la journaliste Laura Astrologo Porché sur le thème « Le *memento mori* dans la joaillerie contemporaine » accueille les invités Lydia Courteille et Stephen Webster [voir encadré p.54].

De nombreux auteurs sont également présents. L'ivoire est à l'honneur d'une conférence et d'une dédicace à l'occasion de la sortie du livre *Ivoire, secrets de l'or blanc* (Éditions des Falaises) de Brigitte Serre-Bourret. Lors d'une discussion avec le public, Geoffroy Riondet et Guilhem Merolle présentent leur premier ouvrage *Colombian Emerald / Esmeralda Colombiana*, fruit de plusieurs années de recherches et de voyages en Colombie [voir p.40]. Enfin, partenaire fidèle de GemGenève, l'Association Gemmologie et Francophonie apporte comme à chaque édition son approche scientifique en animant une table ronde vendredi 8 mai [voir encadré p.52].

GemGenève a réussi à maintenir Genève au rang de place forte sur le marché international, tout en demeurant un salon chaleureux et à taille humaine. Cet équilibre fait partie de notre ADN et, avec Thomas, nous sommes fiers d'avoir porté un projet qui réponde aux attentes de la profession. — *Ronny Totah*

libres, aérés, alors que nous pourrions les occuper par des exposants supplémentaires — nous avons une liste d'attente. Nous accordons de la place aux jeunes créateurs, aux écoles, aux expositions, aux conférences. On utilise ce salon pour transmettre notre passion et préparer l'avenir de nos métiers. Quelque part, nous investissons dans l'avenir, c'est un cercle vertueux.

Aujourd'hui, qui sont vos exposants ?

RT : GemGenève est un salon résolument intergénérationnel et c'est une volonté forte de notre part. Nous cherchons à privilégier les petites et moyennes entités. Bien sûr, nous accueillons aussi de très grands marchands, mais il est essentiel de maintenir un équilibre et de les faire cohabiter avec des entreprises à taille humaine.

TF : On a aujourd'hui une très large variété d'exposants : des diamantaires purs, des marchands de pierres, des spécialistes du bijou ancien, des créateurs contemporains... Et puis il y a aussi les écoles, les métiers d'art. C'était important pour nous de donner une place aux designers émergents qui se lançaient, de les mettre en valeur à côté des grandes maisons. Cette diversité crée une vraie richesse. Et au-delà des exposants, on attire aussi la presse, les collectionneurs privés, les étudiants, les futurs acteurs du métier. Cela donne une image complète et vivante de notre branche et permet au public de mieux comprendre un savoir-faire qui reste souvent mystérieux. En ce sens, oui, GemGenève fédère vraiment tout un écosystème autour d'une même passion.

Vous reconnaissez-vous dans la nouvelle génération de marchands qui entre sur le marché ?

RT : Le sang neuf fait toujours du bien et c'est aussi pour cela que nous aidons les jeunes à se lancer et à entrer dans le métier. D'une certaine manière, je me reconnais dans cette nouvelle génération. Ils ont d'autres idées, une approche différente et souvent une formation gemmologique et joaillière plus solide... mais ils partagent ce même respect pour leurs aînés. Comme je l'ai fait avant eux, ils se tournent vers ceux qui sont « jeunes depuis un peu plus longtemps », demandent des conseils, partagent les problématiques auxquelles ils sont confrontés et sollicitent nos avis. J'ai été comme eux. J'ai eu des mentors, des alliés, des conseillers, et c'est certainement ce qui m'a donné envie de transmettre. Mais je crois que, de mon temps, nous étions plus timides. Les jeunes d'aujourd'hui sont plus avenants et mieux armés que nous ne l'étions pour entrer sur le marché.

Après dix éditions, le salon GemGenève est-il en train de s'imposer comme une marque ?

RT : Je le crois, oui. Les premières fois qu'on m'a parlé de GemGenève comme d'une marque — c'était vers la troisième ou quatrième édition — j'ai trouvé ça un peu exagéré. Mais aujourd'hui, je constate que des gens cherchent à utiliser le nom, à organiser leur propre GemGenève ailleurs. Donc oui, c'est devenu une marque, un produit même. Des déclinaisons seraient envisageables — des espaces, des boutiques, d'autres salons —

mais uniquement si elles correspondent vraiment à nos standards. Mais ce ne sera pas une licence, car on ne peut pas confier notre nom à n'importe qui.

Vous avez tous les deux préfacé un bel ouvrage sur les émeraudes colombiennes qui est présenté pendant le salon [voir p.40].

Dites-nous en plus.

TF : C'est un véritable livre d'art. L'intérêt pour les pierres de couleur est immense — diamantaires, bijoutiers, collectionneurs, tout le monde s'y intéresse. Parmi les grandes pierres classiques, il y a les trois reines : l'émeraude, le rubis, le saphir. Ces gemmes traversent les siècles sans se démoder ; depuis les Romains jusqu'à aujourd'hui, elles appartiennent au cœur même du métier. Préfacé cet ouvrage sur les émeraudes colombiennes, c'était rendre hommage à l'une d'elles.

Y a-t-il des phénomènes de mode autour des pierres, ou les marchés obéissent-ils à d'autres cycles ?

TF : Les trois grandes pierres classiques — rubis, saphir, émeraude — et le diamant sont à l'abri des modes. Leur désirabilité est structurelle, intemporelle. En revanche, pour d'autres gemmes — les pierres organiques, la perle — les fluctuations sont plus sensibles. La perle fine, qui me tient particulièrement à cœur puisque mon grand-père en vendait déjà, est devenue une rareté extrême. On la pêche essentiellement à Bahreïn et dans le golfe Persique, il faut plonger très profond, ouvrir des milliers d'huîtres avant de trouver quelque chose de notable. Et les perles d'une belle taille sont,



GemGenève 2025

Photo Mickaël Pijoubert. © Art Media Agency

INTERVIEW

elles, d'une rareté absolue. L'exceptionnalité de ces beautés naturelles en a fait des objets de convoitise royale et impériale depuis des siècles. Catherine de Russie en était, à juste titre, une grande collectionneuse.

Le bijou est-il une œuvre d'art ?

TF : Il y a de vraies similitudes entre le monde de la joaillerie et le monde de l'art. Un beau bijou peut être une sculpture que l'on porte. La grande exposition des Arts Décoratifs à Paris, pour le centenaire, l'avait d'ailleurs brillamment illustré en mettant en regard des pièces de haute joaillerie des grandes maisons — Cartier, Van Cleef — avec des objets de design et de sculpture. Cela fonctionnait parfaitement. L'un et l'autre parlent la même langue : celle de la beauté.

Vous accordez d'ailleurs une grande importance aux métiers de la main...

RT : Célébrer les métiers d'art, dans toute la diversité de leurs savoir-faire et de leurs techniques, est devenu au fil des éditions une évidence. À une époque où la performance et la productivité sont souvent approuvées, y compris dans les industries du luxe, il me semble essentiel de mettre en lumière celles et ceux qui défendent une autre vision de l'exclusivité.

Quel héritage souhaitez-vous laisser aux professionnels qui seront les acteurs du marché de demain ?

RT : J'aimerais leur transmettre le plus de connaissances possibles, mais aussi un ensemble de valeurs essentielles. Mon souhait est de laisser derrière moi un marché sain, bienveillant, animé par le respect et le partage. Et j'espère sincèrement qu'ils continueront, à leur tour, à tendre la main à ceux qui en ont besoin et à donner leur chance à celles et ceux qui la méritent. C'est ainsi que notre métier perdurera, dans le meilleur esprit possible.





Thomas Faerber

Photo David Fraga. Courtesy GemGenève



FRANÇOIS

Hervé Obligi

© Hervé Obligi



LE GESTE ET LA MATIÈRE

L'exposition « Façonner la matière, sublimer » met en lumière la rencontre entre le geste et la matière, au cœur des processus de création. Du matériau brut à l'objet façonné, elle s'attache aux métiers de la main et aux savoir-faire qui transforment la matière.

Du 7 au 10 mai 2026, GemGenève présente sa 8^e exposition *in situ*, « Façonner la matière, sublimer », consacrée au geste artisanal et à la transformation de la matière. Initiée par Mathieu Dekeukelaire, directeur de GemGenève, et réalisée avec le soutien de la Fondation Baur, du Musée des arts d'Extrême-Orient et du Musée d'art et d'histoire de Genève, l'exposition réunit près de 100 pièces issues de collections institutionnelles et privées. Pauline d'Abriègeon, conservatrice auprès de la Fondation Baur, et Estelle Fallet, conservatrice au MAH Genève, en assurent le co-commissariat.

Le parcours s'attache au moment où la main intervient sur le matériau. Taille, polissage, gravure ou ciselure marquent les étapes d'un processus où se rencontrent technique, tradition et expérience. « Derrière chaque pierre et chaque bijou, il y a une histoire, une main, une technique, une culture », rappelle Mathieu Dekeukelaire. L'exposition rassemble des camées, des vases en néphrite de la dynastie Qing, des céramiques, des intailles et des nécessaires Art Déco. Jade, corne, onyx, agate, corail et ambre témoignent de la diversité des matériaux travaillés, issus de ressources minérales et organiques aujourd'hui parfois soumises à réglementation.

Une collaboration genevoise

Le projet repose sur une collaboration entre institutions et collectionneurs privés. La Fondation Baur, le Musée d'art et d'histoire de Genève, le Muséum d'histoire naturelle de Genève, ainsi que des collections privées comme Faerber Collection, Nicolas Torroni et Ernst Färber figurent parmi les prêteurs.

La sélection des œuvres s'est construite progressivement en concertation entre les partenaires afin d'établir des correspondances entre les pièces. Des objets en corail [voir p.48] issus de traditions occidentales sont présentés en parallèle de créations chinoises. L'agate est également abordée à travers des usages variés, notamment les flacons à tabac chinois, qui apparaissent à la fin du XVII^e siècle et se diffusent dans les milieux lettrés. « On a un dialogue qui se tisse sur la diversité d'utilisation d'un même matériau dans des contextes culturels extrêmement divers », précise Pauline d'Abriègeon.

La Fondation Baur

Musée inauguré en 1964 et entièrement dédié aux arts d'Extrême-Orient, la Fondation Baur présente près de 40 objets dans l'exposition. « Le musée conserve principalement des collections chinoises et japonaises, avec très peu d'objets coréens. C'est le seul musée en Suisse exclusivement consacré à ces domaines, ce qui lui donne une

place particulière dans le paysage muséal », explique Laure Schwartz, directrice de la fondation. Constituée par Alfred Baur à partir de 1906, la collection se distingue par un intérêt constant pour des objets de grande qualité, sans distinction d'époque. « Cette attention portée à la matière et au savoir-faire reste au cœur de l'identité du musée », précise-t-elle. Les collections comprennent notamment des céramiques chinoises, des jades et des objets en pierres dures.

Le jade occupe une place centrale dans la sélection présentée. « Nous avons sélectionné des pièces aux teintes très variées afin de permettre aux visiteurs d'apprécier l'extraordinaire diversité chromatique de cette matière, qui s'étend du blanc laiteux aux verts les plus intenses des jades dits « épinard », extraits des rives du lac Baïkal avant d'être travaillés en Chine. » souligne Pauline d'Abrigeon [voir encadré].

Nicolas Torroni

Parmi les prêteurs privés, Nicolas Torroni présente plusieurs pièces de sa collection, dont une coupe en malachite exposée à la Biennale de Venise en 1930. Spécialiste des pierres, des perles et des bijoux anciens, il participe au salon pour la cinquième année consécutive. Il est reconnu pour son expertise du travail d'Alfredo Ravasco et de Giacomo Ravasco, joailliers milanais actifs au siècle dernier et réalise également des pièces de joaillerie.

Le MAH Genève

Institution majeure du paysage culturel helvétique, le Musée d'art et d'histoire de Genève (MAH Genève) compte parmi les plus importants musées de Suisse, avec près de 650.000 objets couvrant 15.000 ans d'histoire. Partenaire de GemGenève depuis 2023, il renouvelle

cette année son engagement en présentant plus de 20 œuvres issues de ses collections. Parmi elles, un nécessaire de poche du XVIII^e siècle en or, agate et ivoire illustre

la production anglaise d'objets combinant usage et ornement. Acquis en 1909 par le musée archéologique de Genève, puis intégré en 1929 aux collections

3 questions à... la Fondation Baur

Qu'est-ce qui a motivé votre participation à GemGenève ?

Laure Schwartz : C'était un projet que nous évoquions depuis plusieurs années avec Mathieu Dekeukelaire [voir encadré p.19]. Cette année était le bon moment, notamment en raison de la fermeture du musée pour des travaux liés à des enjeux de conservation préventive. Il était important pour nous de continuer à faire vivre la fondation et de recréer un lien avec notre public. GemGenève nous a semblé évident, à la fois par son ancrage genevois et par le contenu de ses expositions. Il y a une vraie cohérence avec notre identité et nos collections, notamment cette attention portée aux objets de très belle facture et à la virtuosité technique. Ce n'est pas un choix circonstanciel, mais un projet qui fait sens. Nous développons des activités hors les murs, comme des participations à des événements culturels comme le Salon du Livre ou Japan Impact. Mais ces événements relèvent principalement de la médiation ou de la présentation de nos publications. GemGenève est différent, car c'est le seul événement où nous présentons des objets de nos collections, ce qui permet de montrer des œuvres qui ne sont plus accessibles depuis le mois d'août, tout en maintenant un lien direct avec le public.

Quelle est la place des œuvres de la Fondation Baur au sein de l'exposition ?

Pauline d'Abrigeon : La participation de la Fondation Baur repose principalement sur le prêt des œuvres. Il s'agit d'un ensemble de matériaux variés, largement orienté autour du jade, qui représente plus de 50 % des pièces prêtées, soit une quarantaine d'œuvres. C'est à partir de ce matériau que s'est développée la réflexion autour de l'exposition. Le jade est une pierre particulièrement dure, imposant un patient travail d'abrasion, à l'aide de sables de finesse différente. Ce travail de la matière a nourri une réflexion plus large sur le passage du matériau brut à la forme transformée par le geste de l'artisan.

Quelles œuvres sont présentées ?

Pauline d'Abrigeon : Les pièces couvrent des périodes et des fonctions diverses, certaines décoratives, d'autres utilitaires. Parmi les œuvres majeures figure un pot à pinceaux, lié à la culture lettrée en Chine et à la pratique de la calligraphie. Réalisé dans les ateliers impériaux au XVIII^e siècle, il témoigne d'un niveau de qualité élevé, perceptible dans la matière, la finition et le poli. Certaines pièces portent une marque de règne, incisée à la base, indiquant leur lien avec un empereur. Au-delà du jade, la sélection met en avant une grande diversité de matériaux. Des œuvres en ivoire, en corail ou en agate permettent d'aborder différentes approches du travail de la matière. Une « boule de Canton » illustre un véritable tour de force technique, avec plusieurs sphères concentriques sculptées dans l'ivoire et décorées. D'autres pièces conservent la forme naturelle du matériau, comme des sculptures taillées dans des défenses d'éléphant, dont l'inclinaison suit celle de l'ivoire.



Hervé Obligi

© Piaget



Pot à pinceaux
Courtoisie Fondation Baur



du Musée d'art et d'histoire, ce nécessaire, renfermant des tablettes à écrire en ivoire et de petits instruments de toilette, est à la fois un objet utilitaire et de prestige. Il s'inscrit dans une production caractéristique des années 1750-1760, celle des étuis plats à pans coupés, généralement réalisés en pierre dure comme l'agate ou le jaspe. La monture en or repoussé et ciselé de motifs rocaille, associant guirlandes et volutes, renvoie au vocabulaire ornemental des ateliers londoniens.

Façonner la matière

Au cœur de l'exposition, un espace dédié aux métiers d'art propose des démonstrations durant toute la durée du salon. Sur plus de 130 m², deux ateliers permettent d'observer les techniques liées au travail de l'opale, de l'écaille et des pierres ornementales. « L'espace dédié aux métiers d'art est fondamental : ce sont eux qui incarnent l'excellence, souvent dans l'ombre des grandes maisons. Les mettre au centre, c'est rééquilibrer le récit », souligne Mathieu Dekeukelaire.

Le sculpteur lapidaire Hervé Obligi installe son atelier sur place. Actif depuis plus de quarante ans, il travaille la pierre dans des domaines allant de la joaillerie à la sculpture, en collaboration avec des institutions et maisons comme Cartier, Piaget, le Château de Versailles ou le musée du Louvre. Ulli Freyer, restaurateur spécialisé, présente les techniques de la marqueterie Boulle ainsi que le travail de matériaux organiques comme l'écaille, la corne et l'ivoire.

« La mise en valeur du geste passe principalement par les œuvres elles-mêmes », indique Pauline

d'Abrigeon. Des matériaux bruts, prêtés notamment par le Muséum d'histoire naturelle, sont présentés aux côtés des objets finis afin d'établir un dialogue direct entre la matière et sa transformation. Pour le jade, par exemple, sont exposées la jadéite et la néphrite, tandis que d'autres vitrines présentent des minéraux comme l'agate ou le quartz. L'objectif est de rendre le processus de transformation lisible en montrant à la fois l'origine des matériaux et le résultat du travail artisanal.

En réunissant objets patrimoniaux, savoir-faire et approches contemporaines, « Façonner la matière, sublimer » met en évidence la place du geste dans la transformation de la matière. L'exposition souligne la continuité des techniques et leur transmission, en lien avec les pratiques actuelles. Elle participe ainsi à une mise en perspective des savoir-faire et de leur rôle dans la compréhension des œuvres.

Le jade

Le jade est une pierre ornementale particulièrement dure et tenace, utilisée depuis des millénaires en ornementation et en joaillerie. Le terme « jade » désigne en réalité plusieurs minéraux aux propriétés proches, principalement la néphrite (plus commune) et la jadéite (plus rare) — distinguées scientifiquement au XIX^e siècle par le minéralogiste Alexis Damour —, ainsi que le kosmochlor, apparenté à la jadéite. Les jades peuvent présenter différentes couleurs selon les éléments chimiques qu'ils contiennent : blanc lorsqu'ils sont purs, vert par la présence de chrome, bleu-vert avec du cobalt, noir avec du titane ou encore rosé grâce au fer et au manganèse. Introduit en Europe au XVI^e siècle par les marchands portugais depuis la Chine, le jade était réputé pour ses vertus médicinales, notamment contre les troubles rénaux, ce qui explique son étymologie liée à la « pierre du flanc ». Dans les cultures asiatiques, il possède également une forte dimension symbolique et est associé à la pureté, à la vertu et au pouvoir. En Chine, où il est travaillé dès le Néolithique dans les cultures de Hongshan et de Liangzhu, il devient un matériau de prestige lié aux élites et aux pratiques rituelles, symbole d'autorité impériale et parfois placé dans les tombes comme signe d'immortalité. Pierre finement grenue et difficile à travailler, le jade fut longtemps façonné à l'aide d'abrasifs naturels avant l'apparition d'outils plus performants, donnant naissance à une tradition de sculpture raffinée qui demeure aujourd'hui encore très appréciée.



Récipient sur quatre pieds avec couvercle ajouré

Courtoisie Fondation Baur



MEROLLE

Guilhem Merolle
Courtoisie Collectissim



LES ÉMERAUDES COLOMBIENNES: LÀ OÙ LA TERRE SE VERDIT

Vert profond comme une forêt, peu de pierres précieuses fascinent autant que l'émeraude. Parmi elles, celles qui proviennent de Colombie occupent une place à part.

Depuis des siècles, le vert intense et lumineux des émeraudes colombiennes symbolise la rareté, le prestige et la beauté naturelle. Mais leur pouvoir d'attraction ne tient pas seulement à leur apparence. Comme l'observe le gemmologue et fondateur de *Collectissim*, Guilhem Merolle, l'attrait pour les émeraudes naît souvent d'une sensation : « Elles possèdent une profondeur et une intensité que je ne retrouve pas dans les autres pierres précieuses. Leur vert est unique et, contrairement à des pierres presque trop parfaites, les émeraudes ont du caractère. Leur *jardin* fait partie de leur identité et raconte leur histoire. » [voir encadré p.42]

Cette idée selon laquelle les émeraudes ne sont pas seulement des gemmes, mais de véritables fragments d'histoire, traverse les siècles, des civilisations anciennes jusqu'au marché mondial actuel des pierres précieuses. Bien avant de séduire les collectionneurs contemporains, les émeraudes colombiennes occupent déjà une place culturelle importante chez les peuples autochtones de la région. La civilisation *muysca*, qui contrôle autrefois les anciennes mines de Somondoco — aujourd'hui Chivor — utilise les émeraudes lors de rituels et de pratiques spirituelles. L'une des légendes les plus célèbres associées à ces pierres reste celle d'El Dorado : un souverain recouvert de poussière d'or y offre des trésors, dont des émeraudes, aux eaux sacrées. De tels récits nourrissent l'imaginaire des *conquistadors* espagnols, qui commencent à exploiter les mines au XVI^e siècle. Au fil des siècles suivants, les émeraudes colombiennes empruntent les grandes routes commerciales et rejoignent les cours royales d'Europe, du Moyen-

Orient et d'Asie. Leur couleur éclatante les rend particulièrement prisées dans les bijoux moghols, puis dans les collections royales européennes. Aujourd'hui encore, une partie de leur fascination naît de ce mélange de science, de légende et de géographie, qui confère à leur origine une dimension presque mythique.

Une exception géologique

Du point de vue scientifique, l'émeraude correspond à la variété verte du béryl. Sa couleur provient principalement de traces de chrome et de vanadium. Des gisements existent dans plusieurs régions du monde — notamment en Zambie, au Brésil, en Afghanistan ou à Madagascar — mais la Colombie se distingue par la qualité de ses pierres et par leur origine géologique. Contrairement à la plupart des gisements d'émeraudes liés à des roches magmatiques ou métamorphiques, les émeraudes colombiennes se forment dans des environnements sédimentaires, grâce à des processus hydrothermaux. Ce modèle géologique reste rare pour cette pierre.

Des fluides riches en minéraux circulent alors dans les couches rocheuses. Ils transportent le béryllium, qui réagit avec des formations contenant du chrome et du vanadium, ce qui provoque la cristallisation de l'émeraude. Cette configuration géologique produit des pierres dotées d'un équilibre chimique particulier. L'un des facteurs déterminants réside dans leur faible teneur en fer. Comme l'explique Guilhem Merolle, cette quasi-absence de fer influe directement sur la couleur si recherchée des émeraudes colombiennes : « Cette faible présence de fer permet d'obtenir un vert plus pur et plus lumineux, sans tonalité trop bleutée ni trop sombre. » Le résultat donne une couleur que les collectionneurs décrivent souvent comme vive, mais veloutée.

Des mines légendaires

La réputation des émeraudes colombiennes repose largement sur plusieurs districts miniers mythiques situés dans la cordillère Orientale des Andes, près de Bogotá. Dans ce paysage accidenté, les gemmes apparaissent parfois de façon inattendue, nichées dans de petites cavités au sein d'une roche qui semble pourtant banale. Cette imprévisibilité nourrit depuis toujours l'excitation et l'incertitude propres à l'exploitation des émeraudes. Parmi les régions les plus célèbres figurent Muzo, Chivor et Coscuez, devenues synonymes de certaines des plus belles émeraudes jamais découvertes. Chaque gisement produit des pierres aux caractéristiques légèrement différentes. Le district de Muzo, sans doute le plus célèbre, est souvent associé à des verts profonds et chaleureux. Les émeraudes

3 questions à... Guilhem Merolle

Guilhem Merolle est gemmologue, créateur de contenus et fondateur de *Collectissim*, un magazine consacré à la joaillerie, aux pierres précieuses et au marché des gemmes.

Qu'est-ce qui vous a le plus surpris chez les personnes travaillant dans le commerce des émeraudes lorsque vous avez commencé à visiter les mines ?

Le contraste entre la rudesse de l'environnement et la qualité des relations humaines. Dans certaines zones, les conditions de travail se révèlent exigeantes, isolées et parfois très rudimentaires. Pourtant, nous avons rencontré des personnes généreuses, fières de leur métier et profondément attachées à leur terre. Nous avons également été frappés par le niveau d'expertise. De nombreux mineurs et négociants, sans formation académique en gemmologie, possèdent un œil remarquablement entraîné. Leur capacité à évaluer une pierre en quelques secondes résulte d'années d'expérience. Enfin, le rôle de la confiance nous a impressionnés. Le commerce des émeraudes repose encore largement sur la parole donnée, la réputation et des relations de long terme. Cette dimension humaine reste fondamentale et elle est souvent sous-estimée de l'extérieur.

Votre prochain livre explore en profondeur les émeraudes colombiennes. Quel regard nouveau espérez-vous apporter aux lecteurs ?

Trop souvent, les émeraudes colombiennes sont abordées sous un seul angle, qu'il soit esthétique, commercial ou historique. Notre objectif consistait à relier ces dimensions : montrer comment la géologie explique la couleur, comment l'histoire façonne le marché et comment les réalités humaines influencent aujourd'hui l'industrie. Nous voulions aussi apporter davantage de nuance. Les émeraudes colombiennes s'entourent parfois de mythes, positifs comme négatifs. En combinant données scientifiques, archives historiques et témoignages de terrain, nous avons cherché à dépasser les récits simplistes. Au fond, nous espérons que les lecteurs comprendront qu'une émeraude n'est pas seulement une pierre exceptionnelle, mais un véritable écosystème. Si le livre encourage une vision plus informée, plus respectueuse et plus complète des émeraudes colombiennes, alors nous aurons atteint notre objectif.

Que représentent les émeraudes pour vous, au-delà de leur valeur gemmologique ?

Au-delà de leur valeur gemmologique, les émeraudes incarnent un lien entre la nature et l'histoire. Ce sont des cristaux formés il y a des millions d'années, mais leur destin se poursuit aujourd'hui dans les histoires de mineurs, de familles, de négociants et de collectionneurs. Elles évoquent aussi le voyage : la Colombie et ses régions reculées, les rencontres sur le terrain, les recherches dans les archives européennes et les anciennes routes commerciales. Chaque pierre devient un point de rencontre entre des lieux et des époques différents. Pour moi, elles symbolisent également la complexité. Rien n'est jamais totalement simple avec les émeraudes. Au-delà de la science, elles sont devenues une manière de comprendre un pays, une culture et un patrimoine.



Gachalá

Courtoisie Collectissim



Mine de Chivor

Courtoisie Collectissim

de cette région sont célébrées par leur couleur, leur « eau » et leur limpidité. Nombre des plus belles émeraudes jamais découvertes proviennent de ce territoire. Chivor, historiquement connu sous le nom de mines de Somondoco, livre des pierres aux teintes un peu plus fraîches, parfois marquées par de délicates nuances bleutées. Les émeraudes de Coscuez présentent souvent un équilibre entre saturation et luminosité, avec des couleurs vives associées à une transparence éclatante. Pour Guilhem Merolle, ces différences se comprennent surtout sur le terrain : « Voir les émeraudes à leur sortie de la roche permet de saisir les nuances subtiles qui définissent chaque origine. » Si l'appellation « émeraude colombienne » est reconnue dans le monde entier, les professionnels savent que chaque district minier possède sa signature géologique propre.

Défauts, couleur et pureté

Les émeraudes se distinguent par leurs inclusions, que l'on appelle souvent de manière poétique le *jardin*. Ces structures internes se composent de micro-fractures, de cristaux minéraux et d'inclusions fluides formées lors de la cristallisation de la pierre. Parmi les plus célèbres figurent les inclusions dites triphasées, qui renferment simultanément un liquide, un gaz et un minuscule cristal dans une même cavité. Selon Guilhem Merolle, les collectionneurs doivent les considérer différemment de celles observées dans les diamants : « Dans une émeraude, les inclusions ne sont pas seulement des défauts. Elles font partie de la nature de la pierre et témoignent de sa formation. » Certaines inclusions deviennent même recherchées, car ces paysages internes contribuent à la signature naturelle

et à l'individualité de chaque gemme. « Aucune émeraude ne possède exactement la même structure interne, ce qui renforce leur caractère unique. »

Ces particularités ne suffisent pourtant pas à définir leur valeur. Lorsqu'ils évaluent une émeraude, les professionnels examinent la couleur, la pureté, la taille, le poids en carats, l'origine et les éventuels traitements. Parmi ces critères, la couleur reste déterminante. Une émeraude de qualité exceptionnelle présente un vert intense et pur, avec un équilibre harmonieux entre saturation et luminosité. Les pierres trop sombres, trop pâles ou excessivement bleutées se révèlent généralement moins recherchées. Guilhem Merolle résume clairement cette hiérarchie : « S'il faut classer les critères, la couleur reste le facteur numéro un. C'est elle qui crée l'émotion et définit, au final, la véritable qualité d'une émeraude. » La pureté joue un rôle secondaire. « Comme les émeraudes contiennent naturellement des inclusions, l'objectif n'est pas une transparence absolue, mais un équilibre harmonieux entre la structure interne et la beauté visuelle », explique-t-il. Dans certains cas exceptionnels apparaît un phénomène optique rare appelé *gota de aceite*, ou « goutte d'huile ». Cet effet diffuse la lumière à l'intérieur de la gemme et lui donne un aspect presque velouté. Associé à une couleur remarquable et à une belle transparence, il peut placer une émeraude parmi les pierres les plus rares.

Science et nature

Les traitements appliqués aux émeraudes colombiennes ont longtemps suscité une certaine méfiance. Pourtant, la majorité

des pierres présentes sur le marché subissent une intervention destinée à améliorer leur pureté. La pratique la plus répandue consiste à huiler la pierre, à l'aide d'un lubrifiant incolore d'origine naturelle ou synthétique. Après la taille et le polissage, l'émeraude passe généralement sous vide afin d'éliminer l'air emprisonné dans ses micro-fractures. On l'immerge ensuite dans l'huile pour que le liquide pénètre ces fissures minuscules. Contrairement aux traitements thermiques fréquemment appliqués aux saphirs ou aux rubis, l'huilage ne modifie pas la couleur de l'émeraude ; il réduit simplement la visibilité des fractures internes et permet à la lumière de circuler plus uniformément dans la gemme. La quantité d'huile utilisée reste microscopique et n'ajoute pas de poids significatif à la pierre. Ce traitement ne transforme pas la gemme : il rend simplement ses qualités naturelles plus visibles. Lorsqu'il est correctement déclaré et réalisé selon des normes strictes, l'huilage est largement accepté dans l'industrie. Guilhem Merolle insiste sur ce point : « L'objectif n'est pas de modifier la couleur, mais d'améliorer la pureté et la transparence... Lorsqu'il est correctement déclaré et réalisé selon des standards rigoureux, il ne dissimule pas la nature de la pierre ; il en révèle le potentiel. »

Aujourd'hui, les laboratoires de gemmologie évaluent précisément le niveau de traitement d'une pierre, un élément qui peut influencer fortement sa valeur. Les progrès scientifiques ont transformé l'analyse des émeraudes ces dernières décennies. Des techniques comme la spectroscopie Raman ou la spectrométrie de masse à plasma induit couplée

à une ablation laser (LA-ICP-MS) permettent de déterminer l'empreinte chimique d'une pierre avec une grande précision. Ces technologies détectent les traitements, analysent les traces et déterminent parfois l'origine géographique, ce qui renforce la transparence du marché. Certains systèmes d'intelligence artificielle commencent également à analyser d'importantes bases de données sur les caractéristiques des gemmes, améliorant encore l'identification de leur provenance. Malgré ces outils sophistiqués, l'œil expérimenté d'un gemmologue reste indispensable. L'équilibre subtil entre couleur, transparence et structure interne exige toujours une interprétation experte. L'évaluation d'une émeraude se situe ainsi à la croisée de la science, du savoir-faire et de la tradition.

Une industrie moderne

L'industrie colombienne de l'émeraude connaît aujourd'hui de profondes transformations. Au fil de l'histoire, le contrôle des mines passe successivement des autorités coloniales à des entreprises privées, puis à des groupes locaux. Le XX^e siècle traverse également des périodes de violence, notamment lors des « guerres vertes » des années 1980, quand des factions rivales s'affrontent pour le contrôle des territoires miniers de la région de Boyacá. Les accords de paix conclus au début des années 1990 rétablissent progressivement la stabilité. Aujourd'hui, le secteur entre dans une phase plus structurée et plus professionnelle. Des compagnies minières modernes coexistent avec des mineurs artisanaux appelés *guaqueros*, qui recherchent des émeraudes par de petits travaux de fouille

ou en explorant les roches rejetées par les grandes exploitations. Malgré les progrès technologiques, la dimension humaine demeure essentielle dans le commerce des émeraudes. Guilhem Merolle le souligne : « La confiance, la réputation et les relations personnelles jouent toujours un rôle essentiel dans les transactions. »

Parallèlement, les attentes du marché mondial évoluent fortement. Les acheteurs s'intéressent désormais davantage à l'origine des pierres, aux conditions de leur extraction et à leur traçabilité. « La question n'est plus seulement de savoir si une pierre est belle, mais aussi d'où elle vient et dans quelles conditions elle a été extraite », explique Guilhem Merolle. Cette évolution reflète une attention croissante aux enjeux environnementaux, sociaux et de gouvernance dans le secteur du luxe.

Les laboratoires modernes peuvent désormais vérifier l'origine géographique d'une pierre, évaluer les traitements et produire des rapports détaillés qui accompagnent les gemmes tout au long de la chaîne d'approvisionnement. « Le marché reste toutefois nuancé. Sur le très haut de gamme, la traçabilité et l'origine documentée deviennent de véritables moteurs de valeur. Dans d'autres segments, le prix et la beauté visuelle peuvent encore primer », précise Guilhem Merolle.

Une gemme d'émotion

Au-delà de leur valeur scientifique ou commerciale, les émeraudes exercent un puissant attrait émotionnel. Pour Guilhem Merolle, ce lien tient en partie aux imperfections de la pierre : « Les émeraudes créent un lien émotionnel unique parce qu'elles ne sont jamais totalement parfaites. Elles assument leurs inclusions et leurs variations, ce qui donne à chaque pierre une personnalité distincte. » Aujourd'hui, les émeraudes colombiennes incarnent toujours le sommet de la beauté des pierres précieuses. Leur couleur, leur origine géologique unique et leur héritage culturel profond leur assurent une place centrale dans la haute joaillerie et le monde des collectionneurs. Pour les gemmologues comme pour les amateurs, chaque émeraude représente bien plus qu'un cristal : elle constitue un fragment d'histoire géologique et le témoin de siècles d'aventures humaines. Après des années d'étude et de voyages dans les régions d'émeraudes colombiennes, Guilhem Merolle le résume ainsi : « Au-delà de leur valeur gemmologique, les émeraudes représentent un lien entre la nature et l'histoire, entre la géologie et l'humanité. » C'est précisément ce lien qui continue de faire des émeraudes colombiennes l'une des gemmes les plus fascinantes au monde.



COLOMBIANA

Colombian emerald
Courtoisie Collectissim



COLOMBIAN EMERALD
ESMERALDA COLOMBIANA

COLOMBIANA

ZOOM



Immortelles sculptées dans une branche de corail

Courtoisie Fondation Baur

CORAIL: HÉRITAGE ET RESPONSABILITÉ

Des perles préhistoriques à la haute joaillerie contemporaine, le corail incarne à la fois la beauté du monde naturel et la responsabilité liée à sa transformation en œuvre d'art.

Ni tout à fait minéral ni véritablement végétal, le corail occupe depuis toujours une place à part. Longtemps perçu comme une substance vivante, il se transforme, depuis ses premiers usages jusqu'à aujourd'hui, en objet d'ornement. Estelle Fallet, historienne de l'art et conservatrice au Musée d'art et d'histoire de Genève, éclaire la portée culturelle et historique du corail en joaillerie. Dès l'origine, on apprécie le corail non seulement pour sa beauté et sa rareté, mais aussi pour les significations qu'on lui attribue. Comme elle l'explique, « le corail sert à la fois pour ses vertus médicinales supposées et pour embellir objets et parures », preuve de l'imbrication étroite entre fonction et symbolique. Les découvertes archéologiques le confirment : des perles de corail apparaissent aux côtés de matériaux comme la céramique glaçurée ou la coquille d'œuf d'autruche, signe que, dès l'Antiquité, on recherche le contraste vif qu'il apporte aux ornements. Cet attrait traverse les siècles. La maison française de haute joaillerie Van Cleef & Arpels rappelle d'ailleurs que « le corail est utilisé en joaillerie depuis l'Antiquité et se retrouve dans les perles et amulettes protectrices de nombreuses civilisations à travers le monde. » D'une culture à l'autre, ses usages varient : les guerriers celtes partent au combat avec des casques et des épées serties de corail, la Chine en fait des talismans miniatures, tandis que des souverains africains l'intègrent à des parures majestueuses.

L'historienne de l'art Pauline d'Abriègeon [voir encadré p.34] précise : « dans le monde chinois — où le corail est appelé *shanhu* — ce matériau possède une forte valeur symbolique, comparable au jade. » [voir encadré p.38]

Associé à l'immortalité et doté de vertus protectrices, il s'inscrit profondément dans les traditions artistiques et de cour. Son usage s'intensifie sous la dynastie Qing, où il devient un marqueur de rang et d'autorité. La variété la plus prisée reste le corail rouge méditerranéen (*Corallium rubrum*), importé par voie maritime, brut ou travaillé, parfois sous forme de branches entières évoquant de petits arbres, parmi les objets es plus luxueux. Ces échanges témoignent du rôle du corail comme vecteur de dialogue interculturel. À l'occasion de GemGenève, la Fondation Baur, Musée des arts d'Extrême-Orient, illustre cette diversité en prêtant un ensemble d'œuvres en corail [voir p.32]. Parmi elles figurent deux flacons à priser entièrement sculptés : l'un, de forme triangulaire raffinée, décoré de motifs floraux délicats ; l'autre — probablement issu d'ateliers impériaux — associe corail rouge éclatant et médaillons en cuivre émaillé. Ces pièces mettent en lumière la richesse technique et symbolique du matériau.





Force de la nature

La force visuelle du corail tient aussi à sa couleur. Le corail rouge méditerranéen, en particulier, porte une charge symbolique intense. Estelle Fallet souligne que « le corail est associé au sang, symbole de vie ou de mort », d'où sa réputation protectrice contre les forces néfastes. Cette dimension ne se limite pas à l'Europe. Selon Pauline d'Abriageon, « en Chine, la couleur rouge renforce l'association du corail avec le pouvoir et les présages favorables ». L'empereur, l'impératrice et l'impératrice douairière portent de longs colliers de corail, tandis que les hauts fonctionnaires ornent leurs coiffes de cour (*chao guan*) de perles de corail, de plumes de paon et de queues de zibeline. Le corail intervient aussi dans les cérémonies impériales, notamment celles du Temple du Soleil, où le rouge domine. Cette dimension protectrice perdue au fil du temps, en particulier au Moyen Âge, lorsque le corail s'inscrit dans l'iconographie chrétienne. On le retrouve dans les représentations de l'Enfant Jésus et dans des objets destinés aux enfants, comme des hochets ornés de corail censés les protéger du mal. Chapelets, pendentifs et objets de dévotion prolongent cette symbolique. Marie Chabrol [voir encadré] renforce cette lecture : « le corail est historiquement réputé protéger le sang et l'esprit, conjurer le mauvais œil et favoriser force et vitalité. » Elle nuance toutefois : ces significations, autrefois centrales, ne le sont plus toujours aujourd'hui. « Les créateurs contemporains s'intéressent parfois moins au symbolisme qu'à l'intensité de la couleur et à la présence visuelle du matériau. »

L'attrait du corail ne se limite pourtant ni à ses vertus protectrices ni à sa couleur. Au-delà des symboles, ses qualités esthétiques et matérielles inspirent les artisans et assurent sa place

dans la création artistique. À mesure que les techniques évoluent, artistes et joailliers prêtent une attention croissante à la matière elle-même. Comme l'explique Estelle Fallet, « certains styles

3 questions à... Marie Chabrol

Marie Chabrol est gemmologue, historienne du bijou, conférencière et cofondatrice de Gemmologie & Francophonie.

Les avancées scientifiques vont-elles jouer un rôle plus important dans la manière dont le corail est échangé et valorisé à l'avenir ?

Oui, sans aucun doute. L'analyse scientifique devient déjà indispensable. Aujourd'hui, les laboratoires identifient le corail jusqu'à l'espèce exacte, parfois même grâce à des analyses d'ADN. Cela a des conséquences directes sur le commerce, car les réglementations dépendent souvent de l'espèce concernée. Pouvoir nommer précisément un corail — plutôt que de le désigner simplement comme « corail » — devient essentiel pour la certification, l'importation, l'exportation et, au final, pour déterminer sa valeur légale et commerciale.

Comment l'écart croissant entre les pièces anciennes en corail et les matériaux nouvellement sourcés pourrait-il transformer le marché des collectionneurs et des maisons de vente ?

Cet écart apparaît déjà très nettement. Les pièces anciennes peuvent contenir des espèces aujourd'hui restreintes, voire interdites à la vente, ce qui soulève des questions juridiques complexes. Dans certains cas, ces objets ne peuvent être cédés sans une documentation approfondie attestant leur âge et leur provenance. En conséquence, de nombreux acteurs du marché, notamment les maisons de vente, rechignent à les traiter, sauf lorsqu'il s'agit de pièces de valeurs exceptionnelles. On pourrait ainsi voir émerger une situation où les objets anciens en corail circulent de plus en plus difficilement, alors même que leur importance historique ne cesse de croître.

Au-delà de la haute joaillerie, le corail se retrouve aussi dans des objets de moindre valeur. Pourquoi est-il important d'inclure ces usages dans les réflexions sur la durabilité et la réglementation ?

C'est absolument essentiel. Le corail ne se limite pas à la haute joaillerie : il apparaît dans une grande variété d'objets, notamment des bijoux fantaisie et des éléments décoratifs parfois peu coûteux. Pourtant, ces usages impliquent eux aussi l'exploitation de ressources naturelles. Souvent, les acheteurs ignorent même le type de corail qu'ils manipulent. Négliger ces segments reviendrait à ignorer une part significative de l'impact sur les écosystèmes. Une compréhension globale de tous les usages s'impose si l'on veut aborder sérieusement la question de la durabilité.



Flacon à tabac en cuivre décoré d'émaux famille rose et corail

Courtoisie Fondation Baur

3 questions à... Laura Astrologo Porché

privéjient des formes évoquant la nature brute, avec des volumes vivants, peu transformés. » Plutôt que d'imposer des géométries strictes, les artisans mettent en valeur la structure organique du corail et laissent la nature guider la forme finale. Les branches, en particulier, restent souvent intactes ; leur irrégularité devient une qualité plutôt qu'un défaut. Cette sensibilité à la forme naturelle demeure essentielle dans la joaillerie en corail. Estelle Fallet insiste : « ce sont les formes naturelles du matériau que l'on valorise, qu'il s'agisse de branches portées en pendentifs ou de colliers assemblés avec une intervention minimale. » Marie Chabrol souligne également l'aspect technique : « le corail est généralement assez malléable, mais il exige un grand savoir-faire en taille, polissage et sculpture, des compétences préservées notamment en Italie et dans le bassin méditerranéen. » Cette dualité entre forme organique et maîtrise artisanale « entretient la fascination pour le corail, en équilibrant virtuosité technique et respect de la matière. »

Durabilité

L'histoire du corail ne se résume pas à l'admiration : elle s'accompagne aussi de rareté et d'inquiétudes environnementales. Dès le XVIII^e siècle, une exploitation intensive entraîne un appauvrissement des ressources, une réalité qui pèse encore aujourd'hui sur son usage. Estelle Fallet souligne que le corail est désormais « rarement exploité dans les arts, protégé par des réglementations contre la surexploitation », ce qui renforce son statut de matériau à la fois précieux et fragile. Pour Marie

Laura Astrologo Porché est journaliste spécialisée en joaillerie et fondatrice du *Journal des Bijoux*.

Pourquoi les bijoux *memento mori* continuent-ils de susciter un tel écho ?

Historiquement, les bijoux *memento mori* s'inscrivent dans un cadre symbolique et spirituel. Il ne s'agit pas seulement de la mort, mais d'une manière d'organiser son rapport au temps, à la valeur et à l'existence. Aujourd'hui, ce cadre codifié disparaît. La question, elle, demeure — peut-être même avec plus d'acuité dans une culture marquée par la vitesse, la dématérialisation et une certaine perte de permanence. Dès lors, le sens des symboles s'intériorise : les créateurs ne répètent plus un message moral, ils utilisent ce vocabulaire pour construire des récits personnels. Ainsi, dans différentes pratiques, le crâne devient un symbole vital, non de mort, mais d'amour et d'appartenance. Le bijou *memento mori* occupe une place singulière : il entretient une tension féconde, reconnaît la fragilité tout en donnant forme à ce qui perdure — mémoire, identité ou amour.

Voyez-vous des créateurs ou des maisons contemporains qui réinterprètent ce thème de manière particulièrement convaincante ?

Des maisons comme Codognato et Dogale, à Venise, s'inscrivent dans une forte continuité avec la tradition des vanités, dont elles préservent la profondeur et la rigueur symbolique. D'autres proposent des lectures plus contemporaines. Gaetano Chiavetta, par exemple, aborde ce thème avec une sensibilité raffinée, presque introspective, tandis que Renato Cipullo, avec sa collection *Memento Amori*, déplace le regard de la mort vers l'amour et renouvelle entièrement le récit. Certaines démarches se situent aussi à la croisée des disciplines. Les collaborations d'Enzo Liverino avec Jan Fabre, qui utilisent le corail pour sculpter des crânes, associent matière, art et symbolique de façon à la fois ancestrale et résolument contemporaine. De même, la collection *Vanitas Mundi* de Giovanni Raspini traduit ce thème dans un langage esthétique plus accessible sans en perdre la portée conceptuelle. Tous ces créateurs ne se contentent pas de répéter un motif : ils le réactivent.

Observez-vous un intérêt croissant pour les bijoux *memento mori* chez les jeunes collectionneurs sensibles au symbolisme ?

Plus qu'un simple regain d'intérêt, on assiste à une transformation de la manière dont les jeunes générations s'approprient les symboles. Chez les Millennials d'abord, puis désormais chez la génération Z et les plus jeunes, le crâne devient un code visuel largement partagé, presque un langage tribal. Il apparaît partout, des bagues à bas prix au *streetwear*, jusqu'à la culture numérique. Cette diffusion traduit une évolution des modes d'expression de l'identité et de l'appartenance. Pour les Millennials, le crâne se redéfinit déjà à travers la mode et les sous-cultures — du punk au rock — ainsi que chez des créateurs comme Alexander McQueen ou Stephen Webster, porteur d'idées de rébellion, d'individualité et d'une certaine esthétique sombre. Avec la génération Z, cette logique se fluidifie et se démocratise. Le symbole ne se rattache plus à une sous-culture précise : il circule librement entre styles et plateformes. Il ne s'agit plus tant de s'opposer que de se définir soi-même.

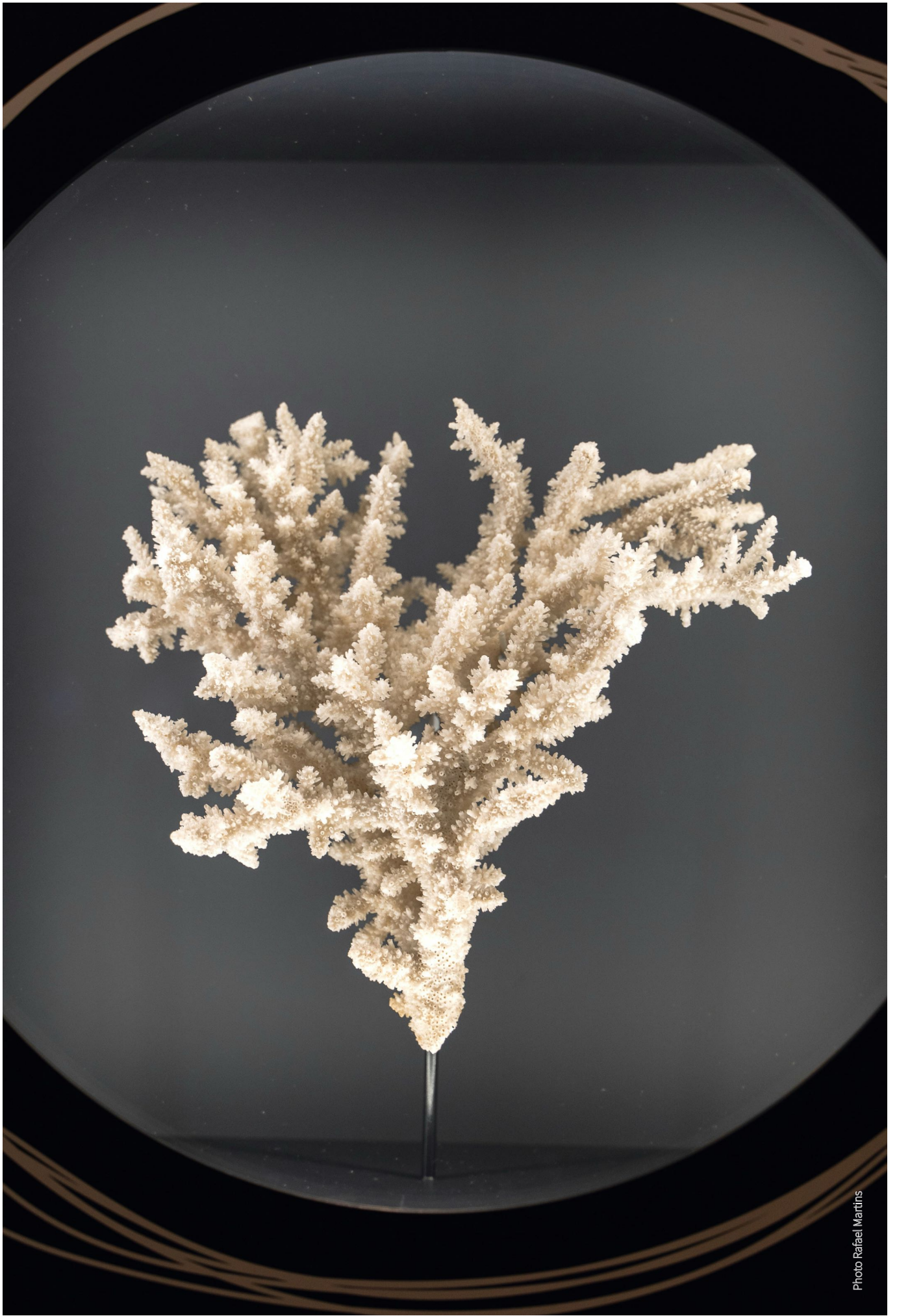


Photo Rafael Martins

ZOOM

Chabrol, cette rareté se révèle aussi concrète. Elle observe que le corail de haute qualité devient « de plus en plus rare et très coûteux » et que les réglementations strictes et restrictions commerciales en font « un matériau peu évident pour les créateurs aujourd'hui, en particulier pour des pièces destinées à une diffusion internationale. » Le corail se réserve ainsi le plus souvent à des créations exceptionnelles plutôt qu'à une production à grande échelle.

Dans le même temps, les règles se durcissent. Certaines espèces de corail sont déjà interdites au commerce, d'autres font l'objet de quotas et de contrôles stricts. Marie Chabrol s'interroge sur l'avenir : « à un moment donné, il faudra se demander si l'on peut continuer à utiliser ce matériau en joaillerie. » Cette prise de conscience s'inscrit dans des efforts de conservation à l'échelle mondiale, notamment ceux menés par la CITES, qui visent à protéger les espèces vulnérables tout en encadrant leur commerce.

Au fond, la place du corail tient sans doute à cette tension entre abondance et vulnérabilité, nature et savoir-faire. Comme le résume Estelle Fallet, la joaillerie sert à « mettre en valeur textures et couleurs, en révélant des matériaux façonnés par la nature elle-même, discrètement accompagnée par la main de l'homme ». Cet équilibre délicat continue de définir la place du corail dans la création, hier comme aujourd'hui. Marie Chabrol ajoute une dernière dimension : le corail reste « une ressource extrêmement fragile, que nous ne comprenons pas encore pleinement. » Son avenir dépend donc autant de l'appréciation artistique que des connaissances scientifiques et d'une gestion responsable.





Laura Astrologo Porché
Courtoisie Full Gemstones

GRAND ANGLAIS



Stand Emil Weis Opals KG sur GemGenève 2024

Photo Mickaël Pijoubert. © Art Media Agency



IDAR-OBERSTEIN: L'ÂME CACHÉE DES GEMMES

Il existe des lieux où l'on échange des pierres précieuses... et d'autres où on les transforme. Idar-Oberstein appartient à la seconde catégorie.

Nichée dans une vallée paisible, loin de l'agitation des grandes capitales du luxe, cette petite ville allemande façonne depuis des siècles le destin des gemmes. Son histoire commence avec la découverte de gisements d'agate dans les collines environnantes, mais ne s'arrête pas là. Lorsque les ressources locales s'épuisent au XIX^e siècle, les négociants d'Idar-Oberstein se tournent vers l'extérieur. Ils ouvrent des routes d'approvisionnement vers le Brésil, le Sri Lanka puis l'Afrique et transforment le village en l'un des premiers carrefours mondiaux des pierres précieuses. Aujourd'hui, si les pierres brutes traversent les continents, beaucoup reviennent encore à Idar-Oberstein pour être taillées, affinées et dotées d'un caractère.

« Idar-Oberstein n'est pas un lieu que l'on visite simplement ; c'est un lieu que l'on ressent », explique Constantin Wild, directeur général de sa propre entreprise. « Il y a dans l'air une intensité discrète, façonnée par des siècles de savoir-faire. » Andreas Engler, responsable des ventes internationales chez Heinz Mayer, partage ce sentiment : « Idar-Oberstein ressemble moins à un simple centre de négoce qu'à un lieu où géologie, artisanat et mémoire coexistent encore. » Contrairement à d'autres centres purement commerciaux, la ville porte une dimension émotionnelle et historique profonde. C'est sans doute ce qui la définit le mieux : sa discrétion. La tradition gemmologique ne saute pas aux yeux. Pas de vitrines spectaculaires à chaque coin de rue, pas de mise en scène ostentatoire. Elle se cache derrière les portes, dans les ateliers, les studios familiaux, où

les techniques se transmettent avec précision et patience. « C'est comme un battement caché, poursuit Constantin Wild. Si l'on sait où regarder, on le ressent partout. »

De l'industrie à l'excellence

Historiquement, Idar-Oberstein constitue une véritable puissance de production. Des moulins de taille actionnés par l'eau bordent la Nahe et la ville prospère grâce aux volumes. Mais la mondialisation bouleverse cet équilibre. La taille à grande échelle se déplace vers des régions à moindre coût, obligeant la ville à se réinventer. Ce qui émerge alors devient bien plus rare : un centre d'excellence. « Ce qui a disparu, c'est le volume, observe Constantin Wild. Ce qui reste — et se renforce — c'est une expertise de très haut niveau : tailles de précision, formes spéciales, pierres uniques et compositions créatives. » Andreas Engler confirme cette mutation : « Idar-Oberstein s'éloigne de la production de masse pour se concentrer sur un travail à forte valeur ajoutée, fondé sur le savoir-faire et la différenciation. »

Thomas Petsch, de Wild & Petsch, ajoute : « Aujourd'hui, les clients viennent chercher non pas des produits standard, mais des solutions : des pierres particulières, des matériaux difficiles et une relation de confiance construite dans la durée. » Désormais, le village s'éloigne de la production de masse pour mieux comprendre l'intimité de chaque pierre et révéler son potentiel grâce à la précision, la créativité et la retenue.

La scène et l'âme

Cet héritage discret mais puissant dépasse largement les frontières allemandes. À GemGenève, Idar-Oberstein ne s'exprime pas d'une seule voix, mais à travers une constellation d'exposants qui incarnent sa diversité et son excellence. Des entreprises comme Wild & Petsch et Gustav Caesar reflètent les racines commerciales profondes de la ville, bâties sur la confiance et des relations de long terme. « Notre rôle a toujours consisté à relier les sources, les tailleurs et les clients. Ce réseau fait partie de l'ADN d'Idar-Oberstein », souligne Thomas Petsch. Parallèlement, Paul Wild et Constantin Wild perpétuent une tradition familiale d'expertise dans les pierres de couleur. Ce patrimoine commun ne passe pas inaperçu auprès du public de GemGenève. « Les clients le reconnaissent clairement, affirme Constantin Wild. Les acheteurs avertis — designers, collectionneurs, grandes maisons — savent qu'une taille issue d'Idar-Oberstein ne relève pas seulement de la technique. Elle porte une signature, une émotion. »

À la croisée de la joaillerie et de l'innovation, Heinz Mayer apporte une maîtrise technique au design contemporain, notamment avec des

concepts comme Rolling Diamonds®, où mouvement et savoir-faire se rejoignent. D'autres spécialistes, tels que HC Arnoldi, Arnoldi International et Karl Faller incarnent la précision et la fiabilité du réseau commercial local, tandis que Emil Weis Opals met en lumière une expertise de niche autour de matériaux exceptionnels.

Dans un autre registre, Atelier Munsteiner symbolise la dimension artistique de la ville, en redéfinissant la taille des pierres comme une forme d'expression. Des sociétés comme Global Gems et Herbert Stephan illustrent encore l'étendue du savoir-faire local, des pierres rares à un *sourcing* raffiné.

Ensemble, elles ne dessinent pas un style unique, mais une philosophie commune : privilégier l'excellence au volume, l'individualité à la standardisation. Si Idar-Oberstein donne une identité aux pierres, alors GemGenève la révèle. Le salon devient une scène où l'artisanat rencontre l'expertise, où des gemmes façonnées dans le calme des ateliers allemands se dévoilent à un public international sensible à la nuance et à l'excellence. Cette convergence n'a rien d'un hasard. Comme l'explique Andreas Engler : « GemGenève se positionne autour de la connaissance, de la provenance, du savoir-faire et des pierres atypiques, ce qui correspond

La mêlée

Les diamants mêlée — de petites pierres de moins de 0,20 carat — occupent rarement le devant de la scène, mais ils expliquent en grande partie l'éclat de nombreux bijoux. Utilisées comme pierres d'accent dans les pavages, les halos ou les designs complexes, elles apportent brillance et impact visuel à coût relativement modéré. Souvent appelées « éclats de diamant » par les consommateurs, elles tirent leur nom du mot français « mêlée », en référence à leur commercialisation en lots, ce qui les rend indispensables à la production joaillière à grande échelle.

Au cœur de ce segment se trouve l'Inde. Grâce à une main-d'œuvre qualifiée, des technologies de taille avancées et des coûts compétitifs, le pays s'impose comme le principal centre mondial. La demande et les prix des mêlées restent stables, soutenus par l'évolution du design vers des pièces plus élaborées mais attentives aux prix. La mêlée permet de créer des bijoux plus volumineux et sophistiqués à des tarifs accessibles, jouant un rôle clé dans le succès des bagues de fiançailles halo et des sertis pavés. Comme le souligne Dinesh Navadia : « La mêlée s'intègre parfaitement aux designs tendance. »

Derrière cette stabilité, le segment subit néanmoins des pressions croissantes. La rentabilité inquiète, en particulier chez les petits fabricants. Comme l'explique Sanjay Shah, « c'est une préoccupation majeure, car les petits fabricants ne parviennent pas à tirer profit du polissage des diamants naturels. » À cela s'ajoute la montée des diamants de synthèse. Leur présence dans la mêlée pose un défi particulier, car leur petite taille les rend plus difficiles à détecter. En réponse, l'industrie investit dans des contrôles renforcés et des technologies de détection afin d'éviter le mélange entre pierres naturelles et synthétiques dans les lots de mêlée.



Bagues et bracelets

Photo Volker Renner. © Heinz Mayer



Diamants mêlés

DR



Idar-Oberstein est comme un joyau en soi, niché entre les montagnes, avec de nombreux petits trésors qui ne demandent qu'à être découverts.

— *Emil Weis Opals KG*

parfaitement à ce qu'Idar-Oberstein fait de mieux. » À l'avenir, ce lien ne peut que se renforcer. « La force d'Idar-Oberstein dans des salons comme GemGenève réside dans sa crédibilité, ajoute Thomas Petsch. Elle incarne la constance et l'expertise dans un marché en mutation permanente. » « Le salon constitue la scène — le monde entier s'y retrouve, conclut Constantin Wild. Mais l'âme de la pierre naît toujours dans des lieux comme Idar-Oberstein. »

Village global

Pour une ville de cette taille, Idar-Oberstein regarde depuis toujours vers l'extérieur. Bien avant que la mondialisation ne structure le commerce des pierres précieuses, ses négociants parcouraient déjà le monde. Aujourd'hui encore, ce réseau reste essentiel. Les pierres brutes, issues d'Afrique, d'Amérique du Sud et d'Asie, arrivent souvent à Idar-Oberstein pour y gagner en qualité — grâce à une taille qui dépasse leur simple valeur matérielle. Chez Heinz Mayer, cet équilibre entre sourcing global et savoir-faire local se traduit concrètement : « Nous travaillons avec des pierres et des clients du monde entier, explique Andreas Engler, mais l'artisanat reste ancré à Idar-Oberstein. » Ce dialogue entre global et local constitue le cœur même de l'identité de la ville et trouve une expression naturelle à GemGenève. Comme le résume Thomas Petsch : « C'est un lieu où tradition et commerce mondial se rencontrent avec une grande discrétion. Tout ne se voit pas immédiatement, mais le savoir et le réseau sont bien là. »

Malgré les transformations, la ville conserve son identité culturelle. Des événements comme les journées portes ouvertes d'ateliers et les marchés de pierres célèbrent encore cet héritage, mais la véritable tradition réside ailleurs : dans la transmission. À Idar-Oberstein, le savoir se transmet de génération en génération. Les familles ne transmettent pas seulement des techniques, mais une manière de voir. Et si les jeunes sont moins nombreux à rejoindre le secteur, ceux qui s'y engagent apportent une nouvelle dimension, mêlant gemmologie, design et maîtrise du numérique. Constantin Wild évoque cette évolution au sein de son entreprise dans laquelle la nouvelle génération associe héritage et outils modernes, du branding au commerce en ligne. Il ne s'agit pas d'une rupture, mais d'un raffinement de la tradition.

L'avenir

À mesure que le marché évolue, les priorités changent. Si diamants, rubis, saphirs et émeraudes restent des piliers, une nouvelle vague d'intérêt émerge, tournée vers la rareté, l'individualité et la couleur. « La grande tendance, c'est l'individualité, explique Andreas Engler. Nous constatons une demande croissante pour des tailles uniques et des pierres rares plutôt que pour des produits standardisés. » Tourmalines Paraíba, spinelles, topazes impériales : des pierres autrefois considérées comme confidentielles occupent désormais le devant de la scène. Cette évolution correspond parfaitement aux atouts d'Idar-Oberstein. Son expertise ne se limite pas à la taille ; elle réside aussi dans le récit, dans la capacité à révéler l'unicité de chaque gemme. « Les clients n'achètent pas seulement une pierre, souligne Constantin Wild. Ils achètent son histoire. »

S'il fallait choisir une pierre emblématique, tous s'accordent : l'agate. « Non pas parce qu'elle est la plus précieuse, explique Constantin Wild, mais parce qu'elle raconte la véritable histoire d'Idar-Oberstein. » Andreas Engler précise : « L'agate incarne l'endurance, le savoir-faire et l'ingéniosité — elle reflète la capacité de la ville à transformer quelque chose de modeste en objet extraordinaire. » Et Thomas Petsch conclut : « C'est avec l'agate que tout a commencé. Sans elle, Idar-Oberstein ne serait pas ce qu'elle est aujourd'hui. » À partir de ces pierres stratifiées s'est construite une histoire mondiale. Et de cet héritage naît encore aujourd'hui une autorité discrète qui façonne les sommets du monde gemmologique.





Idar-Oberstein

TEMAIOGA



Collier

Courtoisie Cody Opal



GEMGENÈVE N°10

À l'occasion de la 10^e édition de GemGenève, organisateurs, exposants et collectionneurs affichent une même adhésion à l'esprit du salon.

Dans le cadre raffiné de Genève, cette 10^e édition affirme avec discrétion une conviction : le vrai luxe repose sur l'intimité, l'expertise et le récit. En dix ans, le salon devient un rendez-vous international de référence dans l'univers de la haute joaillerie et des pierres précieuses, privilégiant la profondeur et l'échange plutôt que le spectaculaire.

Pour les exposants fidèles, GemGenève ne constitue pas une simple étape du calendrier mondial, mais une parenthèse loin de l'agitation des grandes foires commerciales. Installée à Anvers, la maison Shappiro Gem, présente depuis les premières éditions, résume cette singularité : « Contrairement aux grandes foires commerciales, GemGenève crée un environnement propice à des échanges riches avec des collectionneurs avertis, des connaisseurs et des professionnels. Nous entrons dans un espace plus sélectif, fondé sur les relations, où le récit et la rareté occupent une place centrale. »

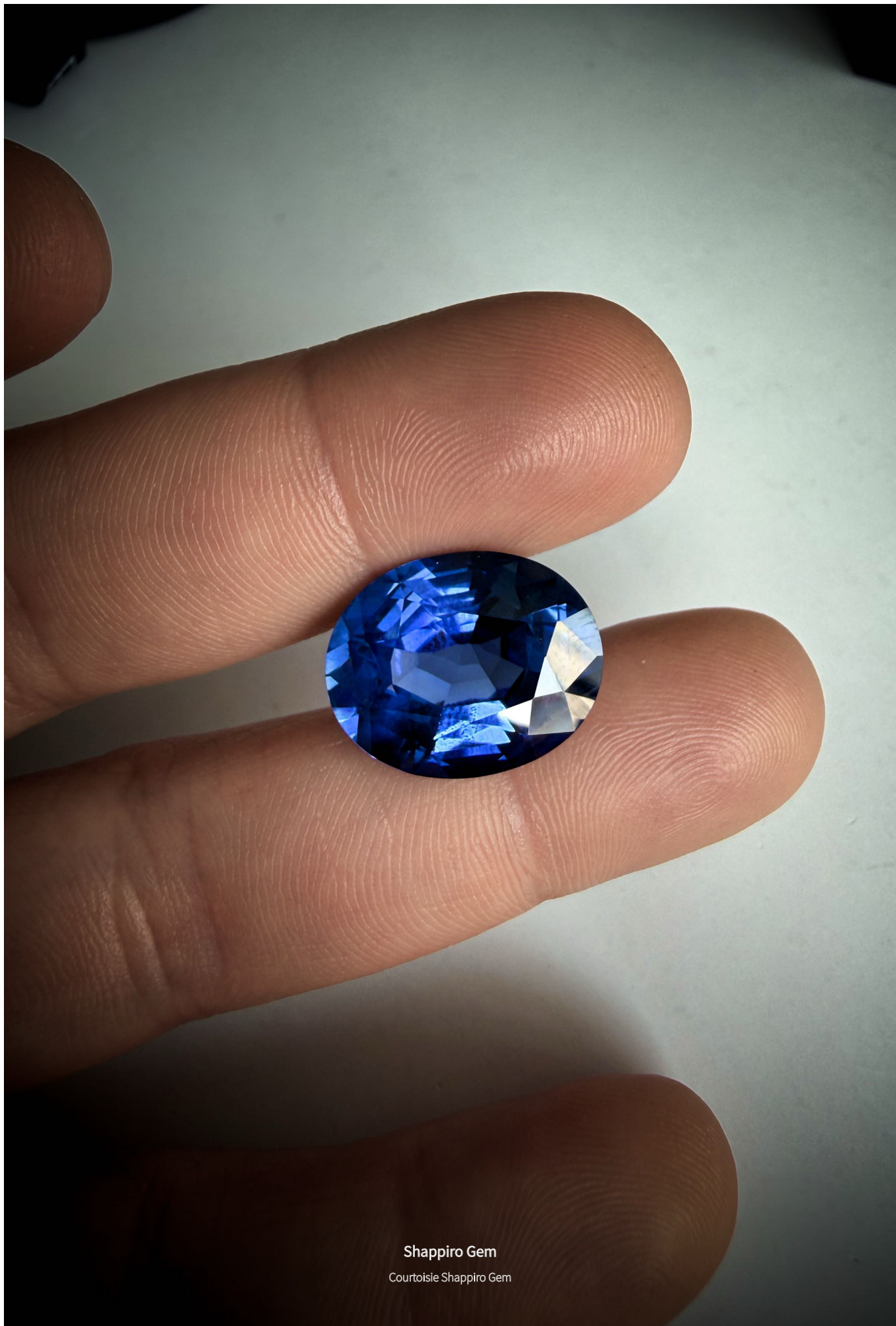
Cette primauté accordée au dialogue plutôt qu'à la démonstration devient la signature du salon. Les visiteurs ne se pressent pas ; ils prennent le temps, interrogent, s'impliquent. Le marché se façonne ainsi moins par la transaction que par la confiance. Pour des participants plus récents, comme la maison australienne Cody Opal [voir encadré p.69], cette atmosphère ouvre des perspectives : « Ce qui frappe, c'est la qualité des échanges. Les visiteurs prennent leur temps, posent des questions réfléchies et apprécient sincèrement l'histoire de chaque pierre. » De retour pour une deuxième participation, Cody Opal ne se présente plus en

novice, mais comme un acteur d'un récit en construction, nourri par la continuité et les liens tissés. Pour d'autres exposants, GemGenève offre une scène internationale où dévoiler l'une des créations les plus insaisissables de la nature. Issues des paysages désertiques reculés d'Australie, les opales portent l'empreinte de leur origine : brutes, imprévisibles, uniques. « Pour de nombreux collectionneurs, découvrir en un seul lieu une sélection aussi riche et d'une telle qualité relève de la révélation. Ils peuvent ainsi mesurer non seulement la beauté, mais aussi la diversité et l'individualité qui définissent l'opale australienne. »

Le regard du collectionneur

Précision. Provenance. Perfection. Les acheteurs d'aujourd'hui n'acquièrent plus seulement de la beauté ; ils construisent du sens. Sur l'ensemble du salon, les exposants observent une exigence croissante : « La demande pour des pierres quasi parfaites s'affirme, les collectionneurs accordent plus que jamais de valeur au raffinement et à l'excellence. » Mais au-delà de la perfection, une autre dimension





Shappiro Gem
Coutoisie Shappiro Gem

s'impose : la provenance.

Le parcours d'une pierre — de la mine isolée au maître lapidaire — acquiert une valeur égale à ses attributs physiques. Désormais, la couleur ou la pureté ne suffisent plus ; le récit compte tout autant. Pour des figures historiques du secteur comme A. Kleiman, cette quête de perfection s'inscrit dans une philosophie ancienne.

Depuis 1983, leur ligne reste inchangée : « Dès l'origine, je cherchais les plus belles pierres disponibles sur le marché pour les retailler et créer un produit final d'une rareté et d'une beauté uniques... Cette approche s'avère aujourd'hui encore plus pertinente, alors que la demande pour les plus beaux spécimens ne cesse de croître. »

Une décennie de confiance

En dix éditions, GemGenève grandit, mais sans excès. Le salon préserve une échelle maîtrisée, qui permet aux visiteurs de circuler avec intention, loin de toute précipitation. Cet équilibre entre développement et retenue constitue sans doute sa plus grande réussite. Comme le souligne un exposant : « Il est très agréable de conserver un salon à taille humaine, où les clients peuvent parcourir les stands et découvrir des pièces d'exception. » Cette approche repose sur une sélection exigeante, qui privilégie la qualité à la quantité et veille à ce que chaque exposant contribue à une narration d'ensemble cohérente.

Si les premières années de GemGenève visaient à asseoir sa crédibilité, le présent se concentre sur l'approfondissement des relations. Les exposants reviennent non pour se présenter, mais pour prolonger un dialogue déjà engagé. Comme l'exprime Shappiro Gem : « Aujourd'hui, il s'agit de renforcer des relations durables, de retrouver des clients fidèles et de présenter une sélection très pointue qui reflète notre identité. » Voilà l'essence même du salon pour la plupart des participants. GemGenève repose sur la confiance : entre négociant et collectionneur, entre objet et récit, entre passé et avenir. Dans un monde dominé par la vitesse, le salon propose autre chose : le luxe du temps, de l'attention et d'une appréciation sincère. Pour sa 10^e édition, GemGenève ne se contente pas de célébrer une étape ; il réaffirme une philosophie selon laquelle la véritable valeur d'une pierre précieuse réside autant dans son éclat que dans les échanges qu'elle suscite.

3 questions à... Damien Cody

Qu'est-ce qui vous motive à revenir chaque année ?

Après plus de 50 ans à exporter et à accompagner notre clientèle européenne, revenir à Genève s'impose comme une évidence et un plaisir. GemGenève s'affirme comme une vitrine soigneusement sélectionnée des plus belles pierres et créations joaillières au monde. Les organisateurs réunissent des exposants d'un niveau exceptionnel, attirant des acheteurs avertis et exigeants. Pour nous, il ne s'agit pas seulement d'exposer, mais aussi de renouer avec des clients de longue date et de faire découvrir l'opale australienne à un public international sensible à la rareté et à la qualité.

Avez-vous observé une évolution dans l'intérêt des collectionneurs pour l'opale ?

L'intérêt pour l'opale progresse nettement ces dernières années. Les grandes maisons de mode y contribuent en intégrant l'opale australienne dans des collections contemporaines, lui offrant une visibilité moderne et internationale. Parallèlement, le grand public se familiarise davantage avec cette pierre grâce au succès de la série télévisée *Outback Opal Hunters*. Diffusée dans plus de 100 pays, elle montre de manière authentique le quotidien des mineurs et les défis liés à l'extraction de ces gemmes. L'opale apparaît également sur les tapis rouges, portée par des personnalités comme Taylor Swift, ce qui renforce son statut à la fois de pierre de collection et d'expression individuelle.

Que souhaitez-vous que les visiteurs découvrent en rencontrant vos pièces à GemGenève ?

Nous souhaitons que les visiteurs prennent pleinement conscience du caractère unique de l'opale australienne. Au-delà des distinctions entre opales noires, claires ou Boulder, chaque pierre possède une identité propre — aucune ne ressemble à une autre. À bien des égards, l'opale s'apparente moins à une pierre traditionnelle qu'à une œuvre d'art miniature, où couleurs et motifs se déploient avec une dimension presque picturale. C'est cette singularité qui continue de séduire les collectionneurs du monde entier.

art
media
agency

Services

CONFIEZ LA
PRODUCTION DE VOTRE
CONTENU ART À AMA.

C'est simple... il n'y a pas mieux !

fr.artmediaagency.com/services



art
media
agency

Revue d'art

CE SERAIT *COOL* DE
LIRE LE MAGAZINE
SUR L'IPAD...

Il y a aussi une app. pour cela !

magazines.artmediaagency.com

