



Haute joaillerie : Chanel ou les ailes du désir

Élodie Baërd Envoyée spéciale à Kyoto

Mardi, à Kyoto, la maison de la rue Cambon prenait son envol avec une collection de bijoux inspirés par les comètes de 1932, le lion - signe astrologique de Coco - et les ailes, nouveau thème inspiré du glamour hollywoodien.

La logique aurait voulu que l'événement ait lieu à Los Angeles. Avec un tel nom, *Reach for the Stars*, un motto, «*célébrer le glamour et la liberté*», mais aussi l'introduction d'un nouveau motif, les ailes, la nouvelle collection de haute joaillerie Chanel était taillée pour être présentée à Beverly Hills ou sur Hollywood Boulevard. Ajoutez à cela, la citation de Gabrielle Chanel qui a inspiré le

directeur artistique, Patrice Leguère (disparu en novembre 2024), et qui sonne très américain : «*Si vous êtes nées sans ailes, ne faites rien pour les empêcher de pousser.*» Mais la griffe de la rue Cambon aime être là où on ne l'attend pas. «*C'est vrai que *Reach for the Stars* se réfère à Hollywood et au bref passage qu'y a fait Gabrielle Chanel dans les années 1930 à la demande des studios de la Goldwyn Mayer pour apporter un peu de glamour parisien (habillant notamment Gloria Swanson*

dans *Ce soir ou jamais*, de Mervyn LeRoy, en 1931, NDLR), explique Frédéric Grangé, président de Chanel Joaillerie. Mais nous sommes ici à Kyoto parce que c'est le choix que nous avons fait avec Patrice Leguère, passionné par cette ville qui a toujours attiré les meilleurs artisans du pays, et où il a fait un dernier voyage il y a un an. Il tenait à présenter la collection ici car il y a rencontré la famille Okada, laqueurs depuis plusieurs générations, qui en ont réalisé cinq broches. Il connaissait le





père, Yuji Okada, décédé en 2022, reconnu comme l'un des principaux artistes laqueurs de sa génération, un trésor national, qui reçut cette distinction officielle du gouvernement, honorant les plus grands artistes et artisans capables de former les générations suivantes. »

Plus trivialement, le Japon s'avère un marché stratégique et historique pour les marques de luxe en général et Chanel en particulier, ses habitants étant en outre de grands amateurs de bijoux fabriqués autour de la place Vendôme dans la pure tradition parisienne. Cela fait plus de vingt ans que la maison de la rue Cambon y a déployé ses collections joaillères et horlogères, dans une boutique dédiée à Tokyo, qui est la première ouverte après celle de Paris, avant les États-Unis. « L'inauguration de notre magasin à Ginza en 2004, en présence de Karl Lagerfeld, a marqué les esprits, poursuit Frédéric Grangié. Ce pays a une appétence pour le luxe plus forte qu'ailleurs. Et tous les clichés sur le goût de l'excellence, du temps long, de la qualité, se vérifient perpétuellement. Ce sont aussi des clients extrêmement exigeants qui ont tiré l'industrie du luxe français vers le haut. Ils ont un sens du service inouï, qu'ils appellent "omotenashi", et qui correspond à la volonté de devancer les désirs d'un invité. S'ils sont satisfaits, ils sont d'une grande fidélité. »

Pour satisfaire son public, donc, Chanel a investi cette semaine le Musée national briele Chanel en 1932), au lion (son signe astrologique et emblème des bijoux de la rue Cambon) et aux ailes, nouveau motif introduit dans cet opus « plus fé-

minin, plus habillé, pensé pour le soir, comme un dress code joaillier, et qui fera date dans l'histoire de la maison », prédit Frédéric Grangié. Dès l'entrée, le visiteur découvre la pièce la plus précieuse, le collier Wings of Chanel (d'une valeur de 11 millions d'euros), formant deux rémiges de diamants sur le buste reliées par un saphir padparadscha du Sri Lanka rose orangé de 19,55 carats (un poids symbolique pour la marque au double C). Il est ponctué d'un pendant cravate en diamants descendant bas dans le décolleté et qui peut se décrocher pour former un bracelet.

Il y a aussi ce collier Dreams Come True qui évoque la couture avec son plastron au V plongeant ressemblant à une mouseline de diamants de toutes les formes ourlée d'une passementerie métallique noire. Son fermoir – une étoile éclairée d'un brillant de plus de 6 carats – est placé à l'avant pour que sa (future) propriétaire puisse le mettre elle-même. Cette pièce va de pair avec une divine manchette aux mêmes attributs, fabriquée elle aussi dans l'atelier de haute joaillerie Chanel de la place Vendôme. La troisième parure star est un collier col de deux lions de profil émergeant d'une cascade de diamants. Spectaculaire mais moins séduisante que le sautoir du même thème, puissant, au bout duquel est accrochée une tête de lion très stylisée, pétillante.

Dans les vitrines alentour, plusieurs pièces mixent les thèmes, comme cette magistrale bague double associant une tête de lion et une étoile au cœur en diamant jaune, ou ces gracieuses boucles d'oreilles asymétriques avec d'un côté

une aile et de l'autre une étoile. Une vitrine est dédiée aux cinq broches ailées, des modèles uniques réalisés en collaboration avec la famille Okada selon une technique japonaise ancestrale associant la laque à de la poudre d'or ou de nacre (voir page 29). Le résultat est si chatoyant que la matière ressemble parfois à de l'or ciselé ou de la pierre dure.

Durant quinze jours, plusieurs centaines de clients convergeront vers Kyoto, au musée national pour découvrir ces trésors, mais aussi au temple Ōbai-in presque jamais ouvert au public pour un cocktail, ou encore au temple de Seiyuden (où, selon la légende, l'histoire de Kyoto a commencé) pour un dîner de gala avec les bijoux portés par des stars et des mannequins. « Finalement, comme pour un défilé de mode, moins de mille personnes auront vu cette collection en vrai, mais ils seront des millions à les découvrir sur les réseaux sociaux, conclut Frédéric Grangié. C'est important, ce succès populaire de pièces très précieuses, ce rayonnement d'un savoir-faire unique. » ■

« Kyoto, c'est le choix que nous avons fait avec Patrice Leguèreau, passionné par cette ville qui a toujours attiré les meilleurs artisans du pays »

Frédéric Grangié
Président de Chanel Joaillerie



1



► 4 juin 2025 - et vous

