

Dans la haute joaillerie, des directeurs artistiques discrets mais précieux

Des bracelets de cheville chez Dior au sautoir panthère en or, diamants et onyx de Cartier, les collections de l'été 2025 portent aussi l'empreinte de leurs créateurs

JOAILLERIE

Rien n'est plus important que d'avoir le bon capitaine aux commandes lorsque surviennent les turbulences : s'il y a bien une leçon délivrée par l'industrie de la mode, c'est celle-ci, le grand mercato des directeurs artistiques ayant pour objectif de contrer l'affaissement du marché. De Dior à Chanel en passant par Gucci, une dizaine de maisons ont opéré cette année un virage esthétique en recrutant un nouveau designer.

Pendant ce temps, le petit milieu de la haute joaillerie continue de prospérer, sans nuage à l'horizon. Les parures en or, platine et pierres précieuses mobilisant des dizaines d'artisans (joailliers, lapidaires, sertisseurs, polisseurs, etc.), le plus souvent établis à Paris, séduisent une clientèle richissime qui apprécie autant le placement facile que, pour les plus esthètes, l'expression créative. Certes, les directeurs artistiques du secteur ne jouissent pas de la notoriété de leurs pairs du prêt-à-porter. Mais les collections de l'été 2025 questionnent sur l'importance de leur rôle.

Le coup de théâtre du printemps a ainsi été le débarquement de Francesca Amfitheatrof de la direction artistique de Louis Vuitton. Une « décision mutuelle », minimise la locomotive de LVMH, qui s'est séparée sans préavis de l'Américaine. La faute, plutôt, à « des critiques sur son management », a éventé le média professionnel *La Lettre*, en révélant fin mars cette « exfiltration », ajoutant que le malletier chercherait un remplaçant au « profil plus discret ». Francesca Amfitheatrof a, quoi qu'il en soit, le mérite d'avoir déployé un vocabulaire identifiable et été une porte-parole hors pair pour la marque.

Une collection de haute joaillerie réclamant au moins deux ans de dévelop-

pement, c'est toujours sa patte que l'on reconnaît dans le nouveau cru, dévoilé en son absence sur l'île de Majorque (Espagne). On retrouve, par exemple, son goût pour les pierres anguleuses, tel ce triangle d'opale rouge d'Australie serti autour du cou avec des perles d'émeraude, ou pour les colliers tapageurs qui habillent le cou entier, pensés comme des mosaïques de diamants, des damiers d'onyx et d'émeraudes ou des cordages d'or truffés de perles.

Pierres XXL

Eclectique mais inégale, la collection oscille entre des cascades volumineuses déséquilibrées (des colliers à larges rangs alourdis de tourmalines, de perles et de marqueterie de turquoises ou calcédoines) et des essais inédits réjouissants (des broches façon œil égyptien aux iris de spinelle, de chrysobéryl ou d'alexandrite ; un collier jet-set *seventies* twisté aux pierres XXL ; une bluffante rangée de diamants jaunes du Canada).

La joaillerie Chanel, aussi, se cherche un nouveau directeur artistique depuis la mort, en 2024, de Patrice Leguèreau. « Le bijou, pour moi, doit être la résultante d'un processus artistique, dans la lignée de Gabrielle Chanel, qui vécut nourrie et entourée d'artistes », racontait au *Monde*, quelques mois avant son décès, ce cinquagénénaire entré en 2009 rue Cambon et qui aimait commencer ses collections en s'adonnant à l'esquisse ou à la peinture. Lancées sous son impulsion, les 113 nouvelles pièces révélées début juin à Kyoto (Japon) tentent de mélanger trois symboles : la comète (clin d'œil aux premiers bijoux précieux de Coco Chanel en 1932), le lion (le signe astrologique de la créatrice) et les ailes (une première).

Une tiare symétrique tout en diamants se déploie à partir de deux ailes piquées d'étoiles. Des colliers transformables et

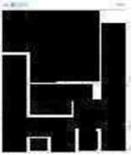
sans fermoir suggèrent deux lions ailés ou associent une étoile à cinq branches avec une aile aux plumes effilées. Souvent « blanche » (diamants et or blanc), cette joaillerie revendique un esprit grand soir, un glamour (trop) classique. Les tentatives les moins conventionnelles s'avèrent d'ailleurs les plus réussies.

Ici, un sautoir comme un ruissellement d'étoiles sur le décolleté, composé de diamants sertis sur une chaîne tubulaire noire, façonnée en or nappé d'un revêtement de carbone. Là, une série de broches en forme d'ailes sur lesquelles un maître laqueur japonais a esquissé des plumes délicates. Là encore, une statuette semblable à un Oscar. Moulée à la main par Patrice Leguèreau, elle représente, en or massif et en pied, la silhouette de « Mademoiselle », chapeau et veste de tweed inclus ; sur le socle en jade noir, un cadran en lapis-lazuli indique l'heure.

Chez Dior, c'est au département mode que les directeurs artistiques valsent depuis le début de l'année, mais, à la haute joaillerie, Victoire de Castellane demeure à son poste. Et ce, depuis maintenant vingt-sept ans – autant dire une éternité ! « Je suis assez sensible au départ des créateurs de mode, d'autant que j'ai le syndrome de l'abandon, glisse-t-elle, à l'heure où Jonathan Anderson succède au tandem Maria Grazia Chiuri-Kim Jones. Mais, à chaque fois, cela rafraîchit aussi mes inspirations, car chaque designer apporte avec lui son goût et ses obsessions. » Début mai, au château de la Colle noire, charmant manoir varois dont Christian Dior fit une résidence à la fin de sa vie, elle présentait, lors d'un défilé, l'un de ses meilleurs crus.

Dans son colorama arc-en-ciel fétiche – « comme quand, petite, je tournais le bouton [de la télévision] au maximum pour saturer les couleurs des films du Hollywood de la fin des années 1950 » –,





Victoire de Castellane propose des accessoires aussi ravissants que hors-sol (bracelets de cheville ultraprécieux, ceintures-sautoirs, pendentif pouvant se fixer sur le tube de rouge à lèvres) et pousse plus loin encore son exploration des dioramas candides (des petits tableaux vivants ou des paysages), entamée en 2024. Cela donne des bagues, boucles et colliers épatants, construits à partir de plaques d'opale, de nacre, de turquoise, d'onyx ou de lapis-lazuli, parfois superposés afin d'obtenir « des jeux d'irisation inattendus » et deux teintes sur l'endroit et l'envers du bijou.

Sur ces supports rectangulaires ou ovales, des décors naïfs s'épanouissent. Des soleils, nuages, palmiers, papillons, biches ou pâquerettes composés à partir de diamants, d'émeraudes ou de saphirs sertis sur un invisible insert d'or percé dans les plaques de pierres. Une prouesse qui a donné du fil à retordre aux ateliers. Et qui démontre que Victoire de Castellane a toujours de la ressource créative.

Minuscules perles de corail

Enfin, au milieu de ces maisons pour lesquelles la haute joaillerie forme une extension de la mode, Cartier, un joaillier pur jus, leader du secteur, a convié à Stockholm ses meilleurs clients pour leur dévoiler une collection de 115 pièces autour du thème de l'équilibre (des cou-

leurs, des formes, dans l'espace, etc.). Là, on dégote des harmonies colorielles surprenantes (un sautoir dont les opales bleues et un cabochon de saphir sont piqués de minitriangles de turquoise et de minuscules perles de corail) et des jeux géométriques sophistiqués (un collier imitant les zigzags d'un circuit électronique; une tête de panthère en trompe-l'œil, aux diamants trapèze et triangles d'onyx, cachée dans un labyrinthe de lignes de diamants).

Des illusions de suspension s'invitent aussi, comme sur cette bague cocktail dont un cabochon de rubellite, pareil à un bonbon juteux aux fruits rouges, semble tenir en lévitation sur des tranches d'or blanc grâce à un système de sertis invisibles.

Ici, pas de record de carats. Pas d'opulence racoleuse. « Rien de trop », vante-t-on en interne. Là où le marché peut inciter à faire dans l'épate pour augmenter « la valeur perçue » (comprenez: donner au client le sentiment qu'il en a pour son argent), Cartier multiplie les pièces ajoutées. « D'ordinaire, la valeur perçue se calcule par rapport au plein. Chez nous, au contraire, le chic, c'est le vide », théorise dans un sourire la directrice de création Jacqueline Karachi. Evidée, une panthère en or, diamants et onyx laisse, sur un sautoir, deviner le vert de l'enfilade de perles d'émeraude glissé dessous. Des diamants dits « portraits » – sans aucune

facette, semblables à de fines plaques de verre – révèlent par transparence la peau, tout comme des colliers façonnés comme une résille ou encore en alvéoles.

« Moins, ce serait plus », a coutume de dire Jacqueline Karachi aux designers du studio qu'elle cornaque pour les inciter à épurer. Car la maison de la rue de la Paix se passe volontiers d'un créateur unique. C'est au contraire une dizaine de trentenaires et de quadragénaires aux nationalités diverses, tous cohabitant au même étage d'un bâtiment du centre de Paris, qui imaginent la collection, sans jamais signer leurs pièces. « Notre style est multifacette; nous préférons donc nous enrichir de plusieurs regards », défend Jacqueline Karachi. A rebours du directeur artistique omnipotent, un éloge des vertus du collectif. ■

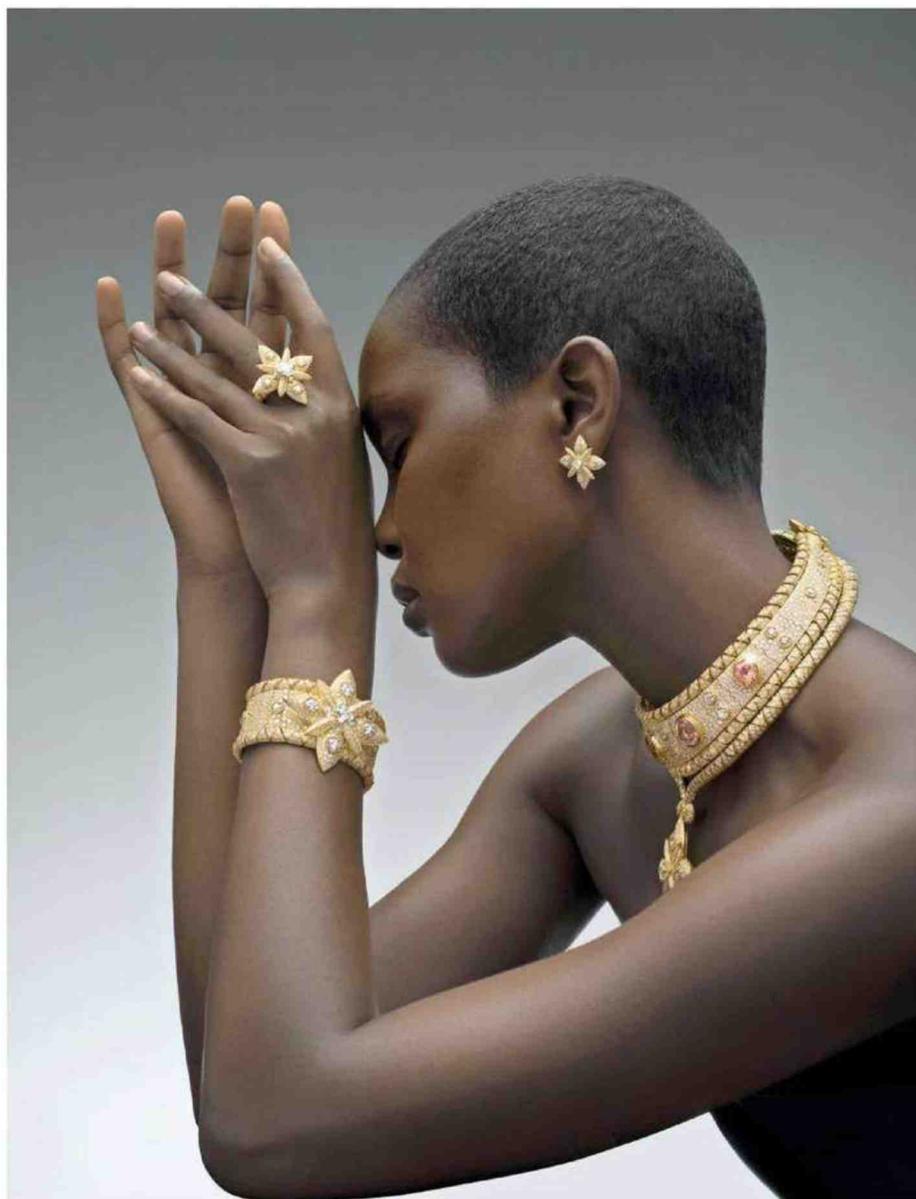
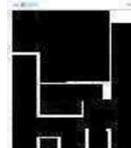
VALENTIN PÉREZ

Les 113 nouvelles pièces de Chanel tentent de mélanger trois symboles: la comète, le lion et les ailes

Broche Sunny Days, de Chanel.

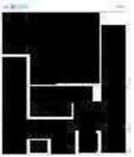
CHANEL.





Parure Aura, de Louis Vuitton. SOLVE SUNDSBO





Collier Rejilla, de Cartier.
CARTIER



Bague Pluie d'été, de Dior.
DIOR JOAILLERIE

