

Dior Joaillerie
Bagues Oui,
en or jaune
et diamant.



BRIDAL

ENTRE SYMBOLE ET ÉTHIQUE

Dans l'imaginaire collectif, comme en bijouterie, la bague de fiançailles représente l'achat clé, celui qui donne accès au monde de la joaillerie : un premier diamant solitaire, généralement suivi par une alliance précieuse. Au-delà de leur charge symbolique puissante, le design de ces pièces traditionnelles évolue avec l'époque. Et les diamants dont elles se parent s'accompagnent d'un incontournable questionnement éthique.

CARINE LCEILLET



Graff

Boucles d'oreilles Chandelier,
en or blanc et diamants (21,25 carats)
et bague Promise, en or blanc
et diamants (12,05 carats).

Quelle que soit l'époque et quelle que soit la saison, il y aura toujours des fiançailles et des mariages quelque part sur la planète. Si les traditions perdurent, elles évoluent aussi avec la société dans laquelle elles s'inscrivent. Ainsi, la mode et la vogue de nouveaux créateurs, tout autant que dans le luxe, influencent le secteur Bridal. S'il y a bien un point qui reste immuable, c'est l'association des mots Bridal et Diamond : il est inconcevable d'imaginer un bijou de fiançailles dépourvu de diamants. Il s'agit en général d'une pierre de centre, un diamant solitaire de couleur blanche et souvent, de taille brillant, avec un sertissage à griffes. Mais les tailles ovale, émeraude et coussin ont aussi le vent en poupe. Dans une étude de 2013, la société De Beers a estimé qu'une fois les fiançailles célébrées, environ 80 % des alliances vendues comprennent un diamant. De plus, environ 20 % des femmes achètent un autre bijou en diamant avant le mariage. « Ces dix dernières années, la somme moyenne dépensée par les couples pour des bagues en diamants a augmenté de 40 %, tandis que la teneur en carat a progressé de 60 % », explique Stephen Lussier, vice-président de De Beers, en charge



Dior Joaillerie
Montre la D de Dior
Précieuse, bagues et boucles
d'oreilles Bagatelle,
en or blanc et diamants.

Messika
Bague Cœur
Rose, collection
Haute Joaillerie.



Cartier
Solitaire,
collection
Destinée.



De Beers
Solitaire Caress.



Graff
Bagues en or rose, or
blanc, diamants roses
et diamants blancs.



Dior Joaillerie
Bague Archi Dior
Milieu du Siècle



Piaget
Bague White
Illusion



Buccellati
Bague, collection
Romanza, modèle
Antiope.



Fred
Bague,
collection Bridal.



Jacob & Co
Solitaire,
collection Bridal.



David Morris

Ensemble bracelet, bague, collier et boucles d'oreilles pendantes, collection Elizabeth or blanc et diamants.

répertoire joaillier pour s'affranchir des conventions. À l'instar de la bague Oui de **Dior**, cousue de fil d'or et simplement ponctuée d'un minuscule diamant, qui symbolise le consentement. Romantique et poétique, la bague Bois de Rose figure une tige qui s'enroule autour du doigt, à l'image de l'amour. Dans la collection My Dior, la maille d'or tressée à la manière d'un ruban précieux illustre des liens amoureux entrelacés. Chez **Piaget**, la bague de fiançailles Passion Solitaire symbolise deux cœurs en harmonie, tandis que les anneaux tournants Possession évoquent l'amour en constant mouvement. La rose légendaire Yves Piaget s'épanouit sur une bague Rose de Piaget, variante romantique de la bague de fiançailles Passion Solitaire.

LES EXPERTS

Tout aussi incontournables que les Maisons de la Place Vendôme, les experts en matière de joaillerie appartiennent à la famille des spécialistes de diamants (**De Beers, Messika**) ou plus largement, de pierres précieuses (**Graff, Harry Winston, Jacob & Co**). La Maison **Graff** propose depuis toujours des collections dédiées aux bijoux de fiançailles et de mariage, de la bague aux boucles d'oreilles, en passant par des bracelets et colliers, jusqu'aux tiaras et ornements de cheveux. Beaucoup plus récente dans le secteur, la marque de joaillerie **Messika** a été créée en 2005 par Valérie Messika, fille du diamantaire André Messika. Dans le plus grand respect de la reine des gemmes, la jeune femme a fait souffler un vent de fraîcheur dans la création joaillière, inspirée notamment par la mode et les voyages. Les bijoux qu'elle dessine doivent rester faciles à porter, y compris pour les plus précieux d'entre eux, comme sa nouvelle ligne en hom-

mage aux diamants de couleur. Ces pierres rares représentent pour la créatrice un véritable terrain de jeu : elle n'hésite pas à repousser les limites du porté.

LES CRÉATEURS

Quant aux créateurs de joaillerie, ils sont aussi nombreux qu'éclectiques, avec des styles les plus variés qui soient. Les couples en quête d'une proposition différente de la joaillerie européenne opteront pour les créations danoises de **Ole Lynggaard Copenhagen**. Fille du fondateur Ole, la créatrice Charlotte s'inspire largement d'un esprit floral et végétal.

Pour choisir une bague de fiançailles ou une alliance, les futurs mariés peuvent également se tourner vers la solution du bijoutier, à l'image de **Las-saussois Joaillier**, ou bien se rendre à la boutique **Galeries Lafayette-Royal Quartz Paris**, qui propose un service de joaillerie sur mesure avec Paola Lambert Rizzi, diplômée de l'école de design de Milan. Fille de joaillier,

du marketing et pdg de Forevermark, une marque De Beers qui ne propose que des diamants dont la traçabilité est garantie. Un article publié sur le site de Rapaport – référence en matière de cours du diamant – rappelle que le marché du Bridal ne se limite pas aux bagues de fiançailles et qu'il existe d'autres opportunités : les alliances, les autres bijoux de mariage (boucles d'oreilles, bracelets, colliers et bijoux pour les cheveux) et les bijoux destinés aux occasions, comme les anniversaires de mariage.

Financièrement comme émotionnellement, les bijoux Bridal représentent un investissement symbolique qui se décide à deux. C'est pourquoi, les Maisons de joaillerie traditionnelles ont un avantage non négligeable sur les nouveaux intervenants : leur notoriété rassure les couples et représente le gage d'un bijou qui va traverser le temps.

LES INCONTOURNABLES

D'une manière générale, tous les grands noms de la place Vendôme et de la rue de la Paix appartiennent au cercle des Maisons incontournables, à l'image de **Cartier, Tiffany & Co, Dior, Piaget, Fred**, etc. Depuis quelques années, des joailliers s'implantent aussi derrière la place Vendôme, rue Saint-Honoré, comme l'anglais **David Morris**, ou les italiens **Pomellato** et **Buc-cellati**, dont les boutiques viennent d'être inaugurées. Ces grandes Maisons proposent des lignes de bijoux diamants classiques et intemporelles, mais elles n'hésitent pas non plus à bousculer la pierre la plus statutaire du

Rapaport et prix des diamants

Le Rapaport Diamond Report présente une liste de prix des diamants taillés, uniquement les diamants blancs, communiquée de manière hebdomadaire et utilisée par les professionnels comme base pour établir le prix des diamants vendus à l'unité. Le nom Rapaport vient de celui d'une famille italienne d'origine juive de Porto (Modena).



Burma
Bague sertie de
burmalite blanche
taille cœur.



**Galleries Lafayette
Royal Quartz**
Réalisation sur
mesure, or blanc,
diamants, rubis.



Lassaussois Joaillier
Anneau diamants.



**Ole Lynggaard
Copenhagen**
Bague collection
Winter Frost.

cette créatrice a fait ses premières armes en Italie dans sa famille, puis a travaillé en Suisse dans la Haute Horlogerie, et en France, pour de grandes Maisons de la place Vendôme. Paola Lambert réalise d'abord une esquisse, puis un dessin ou un gouaché, avant de suivre, avec les clients, toutes les étapes de fabrication du bijou.

Même démarche, mais dans un autre style, pour une nouvelle venue dans la joaillerie, **404 Place Vendôme**. Une jeune marque française, bien décidée à jouer des coudes pour se faire un nom. Le sien a été inspiré du code erreur web « 404 not found », comme pour signifier que la marque se trouve partout et nulle part à la fois. En réalité, elle représente l'alliage entre la tradition joaillière et le monde digital : les créateurs de 404 Place Vendôme utilisent un configurateur 3D pour proposer une personnalisation du bijou à partir du site Internet. Les bijoux sont dessinés sur ordinateur, puis imprimés en 3D. Ainsi, la technologie s'inscrit véritablement au cœur du processus de création. Cependant, un accompagnement pas à pas du client par l'équipe de designers est assuré jusqu'à la fabrication et à la remise en main propre. Côté éthique, la marque collabore exclusivement avec des partenaires engagés pour assurer

la traçabilité de ses matières. Chacun des diamants utilisés dans la conception des bijoux a été extrait dans le respect du processus de Kimberley, qui vise à enrayer le commerce de diamants bruts provenant de « zones de conflit » et garantit une exploitation, ainsi qu'une extraction, éthique.

UN COLLECTIF POUR LE DIAMANT

Pour valoriser les diamants naturels aux yeux des consommateurs, un collectif diamant a vu le jour. Il regroupe les organisations de la filière diamant en France que sont la DPA (Association des Producteurs de Diamants), l'UFB-JOP (Union Française de la Bijouterie, Joaillerie, Orfèvrerie, des Pierres et des Perles), le LFG (Laboratoire Français de Gemmologie), Francéclat et l'UBH (Union de la Bijouterie, Horlogerie). Sa mission est de prendre la parole sur le diamant, informer sur l'évolution de la filière, encourager l'amélioration des pratiques de l'industrie et soutenir la demande des consommateurs.

« Le diamant, témoin rare des instants précieux » est la signature développée par le collectif diamant. Elle a pour objectif de souligner la valeur et la symbolique unique d'un diamant formé il y a des milliards d'années, à des

Association des producteurs de diamants ou Diamond Producers Association (DPA) est une alliance internationale des sept plus gros producteurs de diamant, représentant 75 % de l'extraction mondiale : De Beers, Alrosa, Rio Tinto, Dominion, Petra, Gem, Lucara. La mission de la DPA est la promotion de ce caillou auprès des consommateurs, la valorisation et la défense de l'industrie, l'amélioration continue des pratiques, la confiance dans le produit et dans le secteur.



**Atelier Swarovski
Fine Jewelry**
Bague Duchesse, en
or blanc et diamants
synthétiques.

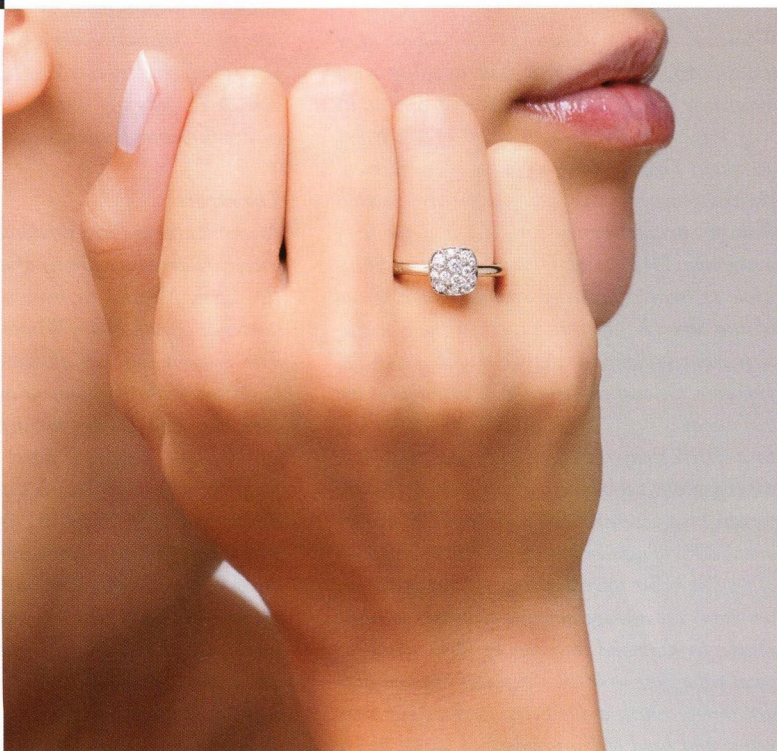


**404 Place
Vendôme**
Duo de bagues
en or blanc,
diamants et
émeraude.

Pomellato
Bague Nudo,
diamants



Innocent Stone
Bague The
Origin, en or
blanc et diamant
synthétique.



centaines de kilomètres en dessous de l'écorce terrestre. Le collectif diamant a aussi développé un site Internet, diamant-naturel.fr, dont la vocation est d'être une source d'information sur le diamant, sa filière et ses intervenants. Ce site sera régulièrement complété par des actualités afin d'être pour les consommateurs, comme pour les professionnels, la source d'information de référence sur le diamant.

DIAMANTS SYNTHÉTIQUES

Aujourd'hui, le consommateur commence à avoir le choix entre diamants naturels et diamants synthétiques, les acteurs de chacune des filières se prévalant d'une certaine éthique. Mais il est encore difficile d'y voir clair. Pour simplifier, rappelons que l'appellation « diamant synthétique » est la seule dénomination légale qui soit acceptée en France (cf décret n° 2002-65 du 14 janvier 2002), tandis que, par essence, le mot « diamant » fait référence à un diamant naturel.

À l'international, les principaux acteurs du diamant synthétique sont **Diamond Foundry** (avec l'acteur Leonardo DiCaprio parmi ses actionnaires), **De Beers** avec Lightbox, **Burma**, **Atelier Swarovski Fine Jewelry**, **Innocent Stone**, **Courbet Paris**. Des diamants synthétiques ont commencé à être fabriqués dès le XIX^e siècle, notamment par De Beers, pour un usage industriel. Depuis les années 2000, leur qualité gemme permet de les utiliser dans la bijouterie-joaillerie. On trouve sur le marché international des diamants synthétiques de bonne qualité jusqu'à trois carats, principalement en taille brillant,

avec quelques tailles princesse ou émeraude. Sur les plans physique, chimique et optique, le diamant synthétique est comparable au diamant naturel. À la seule différence qu'il est fabriqué par l'homme, en laboratoire. Même au microscope, il est impossible de déceler un diamant synthétique, il doit être analysé dans un laboratoire (GIA, HRD, IGI, EGL, Laboratoire Français de Gemmologie), seul habilité à délivrer un certificat. Deux technologies permettent de fabriquer des diamants synthétiques. D'une part, la méthode HPHT (haute pression, haute température), avec une pression de 500 tonnes au cm² en autoclave. Lorsque la poudre de carbone se fige de façon octaédrique, on obtient un diamant brut en trois à dix jours, selon le poids. D'autre part, la méthode CVD (Chemical Vapor Deposition), à partir d'une petite plaque de diamant et de méthane (hydrogène et carbone). Les diamants bruts obtenus sont recouverts d'une croûte qu'il faut ensuite découper au laser. Les diamants synthétiques se distinguent des naturels par leurs valeurs qui sont écologiques, éthiques et sociales. À l'achat, le gain de tarif pour le consommateur est actuellement de 40 à 50 %. Mais des établissements voient le jour et l'écart risque de s'accroître. En termes de revente, il n'existe pas de second marché pour le diamant synthétique. Quant au coût immatériel, l'argument principal des acteurs du diamant naturel est qu'un diamant fabriqué en laboratoire ne fait pas rêver. Il s'agit donc de distinguer les valeurs matérielles et immatérielles des diamants naturels et celles des synthétiques. Dans les années à venir, ces derniers vont disposer d'une place à part sur le marché de la joaillerie. Un processus qui est déjà largement en marche.

Bridal, in between the symbolic and ethical

In our collective psyche as in jewelry making, the engagement ring represents a key-purchase, the one that gives access to the world of jewelry: first a solitaire diamond, followed by a precious wedding ring. Above their symbolic charge, those traditional pieces' design evolves with time. The diamond they bear now come with an unmissable ethical concern.

Whatever the era, whatever the season, they will always be engagement and wedding rings somewhere on the planet. If traditions keep on living, they also evolve with the society in which they are made. Thus, as much as in luxury, or fashion, the new designer's wave influence the bridal sector. If there's an unchanging variable, it is the term association Bridal and Diamond: It is unthinkable to imagine an engagement jewel deprived of its diamonds. Often it is a center stone, a solitaire white brilliant size diamond with a claw set. However, the oval cut, emerald or cushion cut are also trendy.

In a 2013 study, De Beers estimated that once the engagement celebrated, about 80% of the sold wedding rings were holding a diamond. Moreover, about 20% of women buy an other diamond piece of jewelry before their wedding. « During the last ten years, the average amount of money spent by couples for diamond rings rose by 40%, while the carat value rose to 60% » explains Stephen Lusier, vice-president of De Beers, in charge of marketing and head of Forevermark, a brand by De Beers that proposes diamonds that can be traced only. An article published on the Rapaport website – a reference when it comes to the diamond stock price – recalls that the Bridal market goes beyond engagement rings and that there are other opportunities: wedding rings, other wedding pieces of jewelry (earrings, bracelets, necklaces, and hair jewelry) and that there are also pieces destined to occasions such as wedding anniversaries. Financially as emotionally, the Bridal pieces of jewelry represent a symbolic investment that is decided by two persons. That's why the traditional jewelry brands have a more significant advantage than the new contributors: their notoriety reassures couples and presents with a piece of jewelry that will live on through times.

The unmissables

Broadly speaking: every great name of the Place Vendôme and rue de la Paix belongs to the circle of the unmissable houses, like Cartier, Tiffany & Co, Dior, Piaget, Fred, etc. For a few years, jewelers have established themselves behind the Place Vendôme, in the rue Saint Honoré, like the British brand David Morris or the Italian Buccellati, of

which the latest shop offers classic and timeless diamond pieces of jewelry while moving the jewelry lines to emancipate. Like the Oui ring by Dior, sawn with gold thread punctuated merely by a tiny diamond that symbolizes commitment. Romantic and poetic, the Bois de Rose ring displays a stem that rolls around the finger as love does. In the My Dior collection, the gold stitch threaded like a precious ribbon illustrates interlaced love links. For Piaget, the engagement ring Passion Solitaire symbolizes two harmonious hearts, while the turning rings Possession evoke a love that's always shifting. The legendary rose Yves Piaget blossoms on a Rose de Piaget ring, a romantic variation of the engagement ring Passion Solitaire.

The experts

As unmissable as Place Vendôme's house, experts in jewelry relate to the family of diamond specialists (De Beers, Messika) or more widely of gemstones specialists (Graff, Harry Winston, Jacob & Co).

The house Graff has always offered collections dedicated to the engagement and wedding rings, from the ring to the earrings, going through bracelets and necklaces, tiaras and hair jewelry. More recently in the market, the brand Messika was created in 2005 by Valérie Messika, daughter of the diamond merchant André Messika. Paying the most significant respect to the queen of gems, the young woman blew a breeze of fresh air into jewelry creation, inspired by fashion and travels. The pieces of jewelry she designs have to stay easy to wear, including for the most precious ones, like her new line as a tribute to color diamonds. Those rare stones represent a playground for the designer: she doesn't hesitate in pushing the boundaries of jewelry.

The designers

As for the creators, there are as many as different ones, with various styles. Couples looking for a different offer in European jewelry will choose the Danish creations of Ole Lynggaard Copenhagen. Daughter of the founder Ole, Charlotte, the designer, draws inspiration from flowers and nature. To pick an engagement or wedding ring, they can also turn to the jeweler's solution, like Lassaussis Joaillier, or go to department stores such as Galeries Lafayette-Royal Quartz Paris, that proposes a jewelry service made-to-measure with Paola Lambert, graduated from the design school of Milan. Daughter of jewelers, Paola Lambert Rizzi, earned her stripes in Italy in her family, then working in Switzerland in the High-end horology field and France, for the great houses of the Place Vendôme. Paola Lambert first draws a sketch, then a drawing or a gouaché, before following every step of the making of a piece of jewelry with the client. Same process in another manner by the newcomer

in jewelry since 2017: 404 Place Vendôme. This young french brand is determined to elbow its way to its big name. Its name was inspired by the internet web error « 404 not found », as a way to signify that the brand is everywhere and nowhere at the same time. In reality, it represents the mix of jewelry tradition and the digital world: the 404 Place Vendôme designers use a 3D configurator to offer a personalization piece of jewelry from the website. Jewelry are computer drawn, then printed in 3D. Thus, technology takes part in the creative process. However, a step by step accompaniment of the clients is assured until the fabrication and the hand pick-up. On the ethical side, the brand collaborates exclusively with partners engaged to assure the traceability of the materials. Each diamond used in the conception of the jewelry has been extracted following the respect of the Kimberly process, that aims to stop the commerce of the raw diamonds that come from « conflict zone, » and guarantees exploitation as well as ethical extractions.

A collective for diamonds

To sublime natural diamonds to consumers, a diamond collective was born. It unites the diamond field organisations from France like DPA (Association des Producteurs de Diamants), l'UFBJOP (Union Française de la Bijouterie, Joaillerie, Orfèvrerie, des Pierres et des Perles), le LFG (Laboratoire Français de Gemmologie), Francéclat et l'UBH (Union de la Bijouterie, Horlogerie). It aims to make a statement on the diamond, inform on the field's evolution, encourage the amelioration of the industry's process and support the consumers' needs. « Diamond, a rare witness of precious moments, » is the new signature developed by the diamond collective. It aims to underline the value and unique symbolism of the diamond that's been made billion years ago, hundreds of kilometers under the earth's surface. The diamond collective also developed a website, diamant-naturel.fr, of which the aim is to offer a source of information on the diamond, its field and actors. This website will be regularly updated, to become to the consumers as much as to the professional, a reference source on the diamond.

Synthetic diamonds

Today, consumers are starting to have a choice between raw and synthetic diamonds. The actors of each of those markets pride in ethics. It's still difficult to see clearly into it. To simplify, the « synthetic diamond » appellation is the only legal denomination admitted in France (décret n°2002-65 of the 14th of January 2002), while by essence, the word diamond references a raw diamond. Internationally, the main actors of synthetic diamonds are Diamond Foundry (with Leonardo DiCaprio amongst its stockholders), De Beers with Light-

box, Atelier Swarovski Fine Jewelry, Innocent Stone, Courbet Paris. Synthetic diamonds were first made during the XIXth century, notably by De Beers, for industrial use. Since the years 2000, their gem quality allows them to be used in the jewelry world. Good quality synthetic diamonds can be found on the international market up to 3-carats, often of brilliant cut, sometimes princess or emerald cut. On the physical, chemical and optical side, the synthetic diamond is similar to the raw diamond. Its only difference is that men in laboratories make it. Even under a microscope, it is impossible to spot a synthetic diamond, it has to be analyzed in a laboratory (GLA, HRD, IGI, EGL, Laboratoire Français de Gemmologie), the only one to be able to give a certificate. On one side, the HPHT method (high pressure, high temperature), with 500 Tons by cm² pressure in an autoclave. When the carbon power fixates in an octahedral way, a raw diamond can be made in between 3 to 10 days, depending on its weight. On another side, the CVD method (Chemical Vapor Deposition) from a small slab of diamond and methane (hydrogen or carbon). The raw diamonds obtained are covered with a crust that then has to be cut by a laser. What distinguishes synthetic diamonds to natural diamonds is mostly its ecology, ethical and social values. At the purchase, the profit for the consumer is from 40 to 50%. However, new factories are being created, and the gap might deepen. As for resale, there isn't a secondary market for synthetic diamonds. As for the immaterial cost, the main argument of the natural diamond actors is that a diamond created in a laboratory isn't dreamy. It is about distinguishing the material and immaterial values of natural diamond versus synthetic ones. In the years to come, the latest will hold a special place in the jewelry market. It's a process that's already happening.

Rapaport and the diamond price

The Rapaport Diamond Report represents a list of the cut diamond prices – only white diamonds-, communicated weekly and used by professionals as a basis to establish the unit sales of diamonds. The name Rapaport comes from the name of a Jewish Italian family from Porto (Modena).

The diamond producers association (PDA)

is the international alliance of the seven biggest diamond producers, holding 75% of the world extraction: De Beers, Alrosa, Rio Tinto, Dominion, Petra, Gem, Lucara. The DPA aims to promote diamond to the consumers, the valorization and defense of the industry, the going amelioration of process, trust in products and the field.



Courbet
Puces d'oreilles, bague
et bracelet en or blanc et
diamants synthétiques.