

Le grand show secret de Chanel à Monte-Carlo

La maison de luxe s'est discrètement installée pour la semaine dans les salons du One pour présenter sa nouvelle collection de haute joaillerie dans une scénographie spectaculaire.

Les portes vitrées du One Monte-Carlo ont été opacifiées. Impossible de les franchir si votre nom n'est pas sur la *guestlist*. Une liste restreinte que des hommes de sécurité en noir font respecter avant que des jeunes éphèbes, taille mannequin, pantalon et polo blanc sur le dos, ne viennent vous inviter à entrer.

La maison Chanel a fait sien, pour la semaine, cet espace transformé en écrin précieux pour y présenter sa collection haute joaillerie sport 2024. Deux ans après son éclatant défilé croisière sur la plage du Monte-Carlo Beach, le rendez-vous se veut, cette fois, moins voyant.

Vestiaire glamour

En effet, ce grand show discret est réservé à la presse internationale et aux clientes exclusives de la marque. Qui auront un premier choc : celui de la spectaculaire scénographie. Donnant l'impression d'être au cœur d'un stade immaculé, sans supporter dans les gradins. En lieu et place, 80 bijoux précieux qui composent la collection, présentés dans une atmosphère qui rappelle les équipements sportifs, la performance et les vestiaires. Le glamour en plus.

La série de haute joaillerie célèbre, de facto, l'allure sportive, le mouvement, la fluidité dans le souvenir de son iconique créatrice, Gabrielle Chanel, qui, dès 1912 à Deauville, eut la volonté de créer des vêtements pour que les femmes puissent évoluer et pratiquer le sport de manière plus à l'aise. Elle fut à l'origine, en découvrant la matière jersey, du *sportswear*.

Plus d'un siècle plus tard, cette ligne de bijoux imaginée par Patrice Leguèreau, directeur du Studio de création Joaillerie de Chanel, conserve l'esprit en célébrant les icônes de la marque. Et jouant avec les at-

tributs de l'univers sportif, en donnant une fluidité inédite aux pierres précieuses. Les sautoirs se déboutonnent d'un geste par l'avant, les bagues sont interchangeable, un mousqueton en forme de 5 (chiffre fétiche de la marque) compose un collier, là où une autre pièce reprend la forme du cordon de serrage d'un sweat-shirt.

Entretenir un lien particulier

L'originalité de cette collection – le Studio n'en produisant qu'une par an – c'est aussi l'usage de matériaux comme la laque, la céramique ou le carbone pour constituer des pièces. Allié au diamant, le carbone moulé a permis de produire une manchette où la matière semble comme un tissu texturé. Le clou du spectacle ? Un set de cinq saphirs Cachemire absolument uniques. Sept années ont été nécessaires pour les rassembler et les façonner pour mettre en avant cette couleur unique dans une série de bagues, sautoir et boucles d'oreilles pavés de diamants. L'ensemble des cinq pièces représente une facture de plusieurs dizaines de millions d'euros.

Après la presse, c'est à ses clientes fidèles que la maison Chanel dévoile en premier ces 80 bijoux uniques dont certains ont déjà trouvé preneuse dès les premières minutes. La marque souhaitait faire cet événement à Monaco. Une aubaine pour l'économie locale de recevoir tant d'invitées à haut potentiel cette semaine. Le tout entretient aussi ce lien historique avec la maison. Coco Chanel était une fidèle du Monte-Carlo du début du XX^e siècle. Karl Lagerfeld était résident en Principauté. Et aujourd'hui Charlotte Casiraghi est porte-parole de la maison. Un lien parfois parallèle à la mode. Depuis



Dans la Salle des Arts, la scénographie est comme une arène pour dévoiler des pièces de luxe célébrant l'allure sportive.

2019, Chanel soutient l'unité de recherche sur la biologie des coraux précieux développée au sein du Centre scientifique de Monaco. La maison de la rue Cambon est aussi membre du collège d'entreprises associées à BeMed¹⁾ de la Fondation Prince Albert II pour aboutir à des solutions concrètes de prévention de la pollution plastique en Méditerranée. À mille lieues de la haute joaillerie, mais l'un permet de financer l'autre.

1- À l'initiative de la Fondation Prince Albert II, la Fondation Tara Océan, Surfider Foundation Europe, la Fondation Mava et l'UICN, Beyond Plastic Med (BeMed) a vu le jour en 2015 pour lutter contre la pollution plastique en Méditerranée. En janvier 2019, l'association de droit monégasque BeMed a été créée.

Dossier : Cedric VERANY
cverany@monacomatin.mc
Photos : Jean-François Ottonello



Le décor spectaculaire qui a été installé au One.



Cette manchette mêlant diamants et carbone moulé est une des pièces originales de la collection.



L'un des saphirs Cachemire, monté en collier, pièce phare de cette collection.

Questions à Frédéric Grangié, président de l'horlogerie et de la joaillerie Chanel

« Nous espérons que cette collection fera date »

Cette présentation événementielle est une démonstration de force en Principauté ?

En effet, mais le thème me semble absolument approprié à Monaco de réunir à la fois la performance, le sport, la haute joaillerie, l'excellence. C'était une évidence depuis le début, car l'histoire est longue entre la maison Chanel et la Principauté, et c'est un plaisir de revenir avec notre collection la plus originale, la plus spectaculaire à date qui compte 80 pièces dont une vingtaine de modèles uniques avec des prix très largement au-dessus du million d'euros.

Une collection qui sublime l'allure sportive avec des pièces qui semblent faciles à porter au quotidien ?

Certaines de nos clientes porteront, je le crois, de façon décontractée avec un jeans et un tee-shirt ces pièces qui font l'objet du plus grand savoir-faire de notre haute joaillerie. Les bagues ont nécessité 400 à 500 heures de travail, les colliers représentant 1 200 ou 1 700 heures de confection. C'est une performance de haut niveau. Mais ce sont des pièces fonctionnelles, cool. Ce sont des bijoux étudiés pour qu'ils soient proches du corps et nos clientes savent faire preuve d'une grande liberté pour les porter.



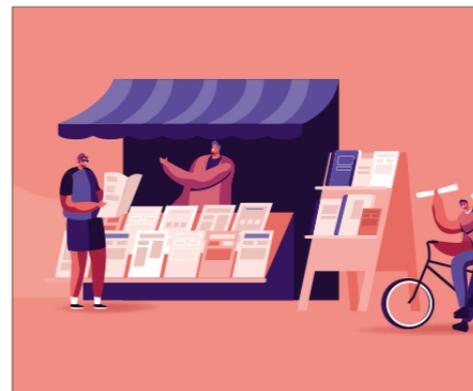
Frédéric Grangié, président de l'horlogerie et de la joaillerie Chanel.

Ces pièces ne seront pas disponibles en boutique mais présentées lors d'événements à travers le monde. Et vous voulez démarrer en Principauté ?

C'est vrai, car l'histoire de la maison et Monaco date de Gabrielle Chanel et cette destination est la plus importante de toutes. La collection sera exposée à Taipei au mois de juillet, puis suivra un itinéraire autour du monde de deux ans. Mais beaucoup des pièces seront vendues d'ici là...

Qui est, aujourd'hui, la clientèle Chanel pour la haute joaillerie ?

Ce sont des femmes qui adorent toutes la maison ! Des clientes seront attirées par l'originalité, le porté atypique et le facteur cool qui est évident. D'autres sont davantage collectionneuses, sont intéressées par la création, le savoir-faire d'exception de notre atelier situé 18, place Vendôme à Paris. Une collection comme celle-ci représente trois ans de travail. C'est un patrimoine vivant que nous sommes en train de créer, pour que dans vingt ou trente ans, nous l'espérons, cette collection fasse date. C'est à cette échelle-là qu'on juge la haute joaillerie.



**VOTRE JOURNAL
COMME VOUS L'AIMEZ,
LIVRÉ OU À EMPORTER**

RENDEZ-VOUS CHAQUE JOUR
avec le meilleur de l'info
et profitez d'un service sur-mesure

nice-matin var-matin monaco-matin

APPELEZ-NOUS VITE AU **04 93 18 28 85**
ou par mail : serviceclient@nicematin.fr