



36 mardi 5 novembre 2024 LE FIGARO

STYLE



La librairie L'Escarboucle dirigée par Daniel Mitchell (à droite).

VICENT LEROUX ET PAULINE DE COURBES/ÉCOLE DES ARTS DONALD

Daniel Mitchell : « L'Escarboucle est la seule librairie au monde spécialisée dans le bijou »

Élodie Baïrd

Ouvrages de référence, bandes dessinées, romans... Cette nouvelle adresse sur les grands boulevards à Paris, dirigée par le spécialiste des livres d'art, s'adresse aux experts comme aux néophytes.

Depuis juin, le public se presse nombreux à l'hôtel de Mercy-Argenteau. Le noble immeuble du XVIII^e siècle des grands boulevards parisiens, réaménagé par l'architecte et scénographe Constance Guisset, abrite l'École des arts joailliers (créée il y a vingt ans à l'initiative de Van Cleef & Arpels), ses cours, ses conférences, ses expositions, sa bibliothèque ouverte à tous ses rendez-vous. Et, depuis quelques jours, sa librairie spécialisée, qui, elle, a pignon sur le boulevard Montmartre. Y sont proposés pas moins de 3 000 titres ayant tous un lien, de près ou de loin, avec la joaillerie. Elle a été baptisée L'Escarboucle, du latin *carbunculus*, « petite braise » et désigne jusqu'au XIX^e siècle les pierres d'un rouge ardent. Un nom original, crucial, comme le maître des lieux, Daniel Mitchell, transfuge de la librairie Galignani, à Paris, spécialiste des livres d'art et « amoureux du beau depuis toujours ». Rencontre.

LE FIGARO. - Comment expliquez-vous que L'Escarboucle soit la première librairie spécialisée dans le bijou à Paris ? DANIEL MITCHELL. - C'est la seule à Paris, mais aussi la seule dans le monde, à ma connaissance ! Il faut dire que c'est un projet un peu fou. Ou courageux, comme

on veut. Notre premier défi a d'ailleurs été de trouver du personnel qualifié. Nous avons reçu beaucoup, beaucoup, de candidatures, notamment de vendeurs de boutiques de luxe, parce que l'école est associée à la maison Van Cleef & Arpels. Ce ne sont pas les profils que nous recherchons.

Quels types de clients souhaitez-vous attirer ?

Notre objectif est de prendre en compte la diversité des publics. C'est la mission de l'École des arts joailliers, dont nous dépendons, mais aussi le paradoxe intéressant de cette librairie, à la fois destinée à tout le monde et très spécialisée. Ce que nous favorise son emplacement puisque nous ne sommes ni place Vendôme ni rue du Bac, mais sur les grands boulevards. Nous voulons susciter l'intérêt de personnes qui ne s'imaginent pas s'intéresser à la joaillerie, par le biais de la littérature, par exemple, des novices qui viendraient au bijou en regardant un livre de Gallée ou de Stefan Zweig. Il nous faut aussi, évidemment, attirer les esthètes avec quelques raretés, mais L'Escarboucle ne doit pas être un lieu réservé aux experts ou de Stefan Zweig. Il nous faut aussi, évidemment, attirer les esthètes avec quelques raretés, mais L'Escarboucle ne doit pas être un lieu réservé aux experts ou de Stefan Zweig. Il nous faut aussi, évidemment, attirer les esthètes avec quelques raretés, mais L'Escarboucle ne doit pas être un lieu réservé aux experts ou de Stefan Zweig.

vendus. Car le risque serait aussi que les visiteurs viennent juste pour consulter les ouvrages, d'autant qu'on est près de Drouot et de son écosystème. Nous ne sommes pas une bibliothèque !

Pourquoi avoir organisé la librairie en trois espaces ?

On retrouve les trois piliers de l'école : le monde des pierres, l'histoire du bijou et les savoir-faire. Ça donne des balises même si les livres trouvent naturellement leur place et que les clients aiment déambuler et se laisser surprendre, passant du roman de Stevenson, *L'île au trésor* (sur tous les exemplaires ont été vendus en trois jours), à un ouvrage sur les archives de Tiffany & Co., à *Histoire naturelle* en français et en latin de Pliny l'Ancien, à la BD de Tintin *Les Bijoux de la Casta-flore*. Mon grand plaisir est de voir les clients sourire devant un livre ! Nous allons d'ailleurs développer davantage l'offre pour enfants. Et puis j'ai trouvé quelques pépites, hors circuit commercial, comme *La Mystique des pierres précieuses*, de Paul Claudel, éditée par Cartier, ou encore *La Pierre de Jean Giono*...

Comprenez-vous l'intérêt croissant que suscite la joaillerie auprès du public ? On peut faire un parallèle avec la cuisine. Avant les chefs restaient derrière leurs fourneaux. Même Vatel ! Ce n'étaient pas

des stars, comme aujourd'hui. Les expériences gastronomiques étaient l'apanage de quelques privilégiés. Désormais, tout le monde s'intéresse à ce sujet, et les publications envahissent les rayons des librairies. Il y a une volonté de transmettre d'un côté, et d'avoir accès à un monde méconnu de l'autre. C'est pareil en joaillerie, un milieu qui a longtemps été très inaccessible, où la connaissance restait au sein des familles travaillant dans le secteur. Notre époque valorise beaucoup le travail de la main, qui a du sens, et de nombreuses idées reçues tombent...

Comment se porte l'édition de livres sur la joaillerie ?

Disons que 80 % de la production est constituée de livres de marketing et communication qui font le bonheur des éditeurs mais moins des lecteurs ! Je ne les propose pas. En revanche, nous avons les livres de référence dédiés à une marque. Notre sélection est large, pour inviter à l'étonnement mais en échappant à l'absurde, avec toujours un point de contact, soit esthétique, soit philosophique, avec le bijou.

Vous avez de nombreuses références en anglais.

Les meilleurs ouvrages sont souvent en anglais, malheureusement. C'est fou, mais c'est comme ça... Je pense que cela

tient au fait que la France a un rapport très intellectuel, très sérieux au livre et que la joaillerie a longtemps été peu considérée, associée au luxe, bien plus qu'à l'art ou à l'artisanat. Dans les pays anglo-saxons, c'est l'inverse. Les Anglais ont plus d'humour et sont aussi plus pragmatiques. Ils savent qu'il y a un marché, une production faible, ils osent, sont davantage dans le business.

Quels sont vos livres préférés ?

En ce moment, j'aime beaucoup *Divine Joyaux*, de Karumi Arikawa, le fondateur de la collection Albion Art, écrit avec l'historienne Diana Scarisbrick, car c'est un résumé de toute l'histoire de la joaillerie. Il manque quelques bijoux ethniques et coquillages percés, mais Arikawa est un passionné du beau, avec beaucoup d'élan, de sincérité, pas trop cérébral. Les livres sur les collectionneurs en général m'intéressent beaucoup, car ils racontent le goût d'une époque. Je recommande souvent *Haute Curiosité*, de Maurice Rheims, le grand commissaire-priseur. Ou cet ouvrage passionnant consacré aux fermiers (*Le Fermier en bijouterie*, 4000 ans d'histoire d'Anna Tabakova, éd. Terracot). Je cherche des livres qui apportent une pointe de fantaisie dans ce domaine assez scientifique finalement. ■

16 bis, boulevard Montmartre (Paris 9^e). Du mardi au samedi, de 11 h à 19 h.

La touche rock de Barbara Bui chez Aurélie Bidermann

La créatrice de mode indépendante qui habille Marie-Agnès Gillot et Brigitte Macron s'inspire du serpent pour trois bijoux envoûtants.

À première vue, cela ressemble à l'alliance de la carpe et du lapin. D'un côté, la créatrice de mode Barbara Bui, reine de l'allure rock, du noir et du cuir androgyne, qui n'a jamais manifesté un goût particulier pour les bijoux. De l'autre, la marque soignée et ultra-féminine Aurélie Bidermann aux sautoirs et grosses boucles d'oreilles pavés de pierres de couleur. Mais ce serait oublier que la styliste est une autodidacte de la mode, qui durant presque quarante ans a montré sa soif de liberté et d'expériences. N'a-t-elle pas aussi accepté récemment de devenir l'habilleur officiel de la section féminine du PSG pour les deux prochaines années ?

« En réalité, j'aime beaucoup les bijoux en tant qu'objet mais je reconnais que je n'en porte quasiment jamais... », confesse Barbara Bui, qui précise tout de même posséder quelques pièces fétiches dans ses tiroirs comme une manchette Bone d'Elza Peretti pour Tiffany & Co., une grande montre d'homme Reverso de Jaeger-LeCoultre et quelques bagues volumineuses en argent de Pomellato. Son accessoire préféré reste, depuis plusieurs années, les lunettes de vue à verres teintés achetées chez Marc Le Bihan à Paris. « J'adorerais d'ailleurs dessiner une collection de lunettes, poursuit-elle, encouragée par son expérience heureuse avec les équipes d'Aurélien Bidermann. Notre

collaboration a été particulièrement fluide, facile. Nous sommes tombés d'accord très vite sur le design et les trois pièces... »

Aura mode

En boutique dès le 12 novembre, le sautoir cravate à grosse chaîne dorée, la manchette généreuse et l'earcuff remontant sur l'oreille, reprennent un motif stylisé de serpent. Ce classique de l'histoire de la joaillerie (voir Bulgari !),



GILLES VARIÉ/AMBIENTART AURÉLIE BIDERMANN

évoquant l'infini et l'immortalité, existe chez Aurélie Bidermann depuis un moment avec la collection Tao, mais affiche là un nouveau visage et de nouvelles écailles (d'où son nom Ekka ?) à l'esthétique finalement très « Barbara Bui ».

Du côté de la marque de bijoux, cette collaboration est l'occasion d'élargir le cercle de ses clientes et d'injecter une dose de mode et de rock dans ses collections. Elle permettra aussi de bénéficier de l'aura de la créatrice, libre et indépendante, qui n'est certes pas médiatique comme d'autres mais dispose d'un bon vivier d'admirateurs, allant de la danseuse Marie-Agnès Gillot à l'actrice Sylvie Testud, de la chef Dominique Crenn à Brigitte Macron. La première dame a confessé récemment dans une interview à *Madame Figaro* que sa tenue lors de son mariage en 2007 avec Emmanuel Macron, composée d'une veste blanche et d'une robe sans manches au décolleté empierré, était signée Barbara Bui. La créatrice a d'ailleurs été décorée de la Légion d'honneur il y a quelques mois, par le président de la République à l'Élysée. ■

La créatrice Barbara Bui portant le sautoir de la collection qui compte aussi une manchette (460 €).