

# THE SAGA

## TIFFANY'S AND CREATIVITY

Une légende américaine. La préserver, la nourrir, c'est la mission de Jon King, vice-président de Tiffany&Co qui cite ici son fondateur, Charles Lewis Tiffany, maître du storytelling et un entrepreneur audacieux. Tiffany&Co lui doit l'idée de génie qui scellera la renommée du joaillier américain dans le monde : en 1878, à ses risques et périls, il acquiert un diamant jaune de 287,42 carats provenant des mines de diamants Kimberley en Afrique du Sud. Avec ses 82 facettes, soit 24 facettes de plus que les traditionnelles 58, et sa taille finale inédite de 128,54 carats, la pièce exceptionnelle désignée comme le « diamant Tiffany » renforcera la réputation de Monsieur Tiffany comme « Roi du diamant » et celle de son entreprise, devenue une référence mondiale dans l'univers du diamant. Présentée lors de l'ouverture de son nouveau flagship parisien sur les Champs-Élysées, le diamant Tiffany convoque l'histoire de la marque créée en 1837. Hormis les pièces d'exception, comme celles recrées à partir des pièces signées Jean Schlumberger, détonnant par le magnifique rendu en émail réalisé par un atelier parisien, Tiffany&Co est prisée pour ses créations d'entrée de gamme. C'est la spécificité du nouveau flagship des Champs-Élysées : présenter l'étendue de ses collections à même de répondre aux envies d'une clientèle éclectique en un même lieu tout en respectant l'éthique de la création de la Maison. Ainsi Tiffany&Co refuse-t-elle de travailler le rubis car, quoiqu'on en dise, insiste



© ANDREW BORDWIN

01. STUDIO ROSO CHANDELIER AT TIFFANY&CO FLAGSHIP ON CHAMPS-ÉLYSÉES, PARIS  
 02. TIFFANY AND ITS MAGNIFICENT DIAMOND RECEIVE TOP HONORS AT THE PAN-AMERICAN EXPOSITION IN BUFFALO — © CORBIS  
 03. AUDREY HEPBURN WEARS JEAN SCHLUMBERGER'S RIBBON ROSETTE NECKLACE WITH THE TIFFANY DIAMOND FOR THE FILM BREAKFAST AT TIFFANY'S  
 PHOTO CREDIT: AUDREY HEPBURN TRADEMARK AND LIKENESS LICENSED BY LICENSING ARTISTS LLC FOR SEAN FERRER AND LUCA DOTTL  
 04. THE TIFFANY DIAMOND AND NECKLACE WITH THE FINAL SKETCH — © TIFFANY & CO.

Jon King, la pierre vient le plus souvent du Sri Lanka où la question du respect des Droits de l'Homme reste problématique. Et de mentionner l'engagement du président de l'entreprise auprès de Washington DC pour faire avancer la question de la traçabilité des pierres. En effet, Tiffany&Co n'a pas attendu de se voir obligée de respecter les contraintes de responsabilités sociales et environnementales imposées aux entreprises, souligne le vice-président. De même, l'entreprise a pris position contre l'usage du corail dans ses créations et l'avait fait savoir par la mention d'un « pas de corail » dans ses vitrines new-yorkaises pendant trois jours, pour la joie des passants et clients. Rester fidèle à la vision du fondateur et perdurer au-delà de la mode peut s'avérer, selon Jon King, « un dilemme ». Or

le design de Tiffany reste inspiré par ce qui a fait la renommée de ses pièces : la Nature, plus précisément son énergie, son asymétrie, et la tension entre ces éléments de la création. Selon Jon King, un ordinateur ne peut pas le recréer, c'est un rendu fait à la main par un designer. La technologie est un prolongement de la création. Le design commence par le dessin et la peinture. Lors des entretiens de recrutement, nous demandons aux créatifs s'ils savent dessiner et peindre. De nombreux jeunes diplômés talentueux ne savent pas dessiner. « Vous devez être artiste », leur dit-on. Vous êtes prévenus!

STEPHANIE BUI

TIFFANY & CO, 62 AVENUE DES CHAMPS-ÉLYSÉES 75008 PARIS / WWW.TIFFANY.COM



CRASH 61.