LE FIGARO.fr

Le 13 rue de la paix, adresse légendaire de Cartier

Par **Elodie Baërd**
Publié le 26/10/2022 à 18:08, mis à jour le 26/10/2022 à 18:08

Écouter cet article 00:00/07:23

Depuis plus d'un siècle, la devanture en marbre noir nervuré d'or du 13, rue de la Paix n'a pas pris une ride. *©Pierre-Olivier Deschamps / Agence VU / Cartier*

RÉCIT - Après plus de deux ans de travaux, la boutique historique de Cartier, à Paris, rouvre ses portes demain. Retour sur une adresse culte fréquentée par les têtes couronnées, les artistes, les sportifs et les politiques.

Les adresses célèbres du luxe se comptent sur les doigts d'une main. Il y a Hermès et le faubourg Saint-Honoré, Chanel et la rue Cambon, Dior et l'avenue Montaigne, Cartier et la rue de la Paix. Pour ne pas rester uniquement parisien, on pourrait ajouter Tiffany et la V^e^ Avenue, à New York. Des artères dignes d'intérêt avant l'installation de ces grandes marques mais que ces dernières ont rendu incroyablement célèbres dans le monde entier. Ainsi, en 1899, quand Cartier déménage au 13, rue de la Paix, la voie, percée en 1814 à la demande de Napoléon et lotie sous la Restauration, concentre déjà maisons de couture, marchands de tissu prestigieux, parfumeurs et orfèvres. Elle s'illustre alors comme haut lieu de la mode parisienne mais pas encore de la joaillerie.

Avant de s'établir à cet emplacement stratégique, les différentes générations de Cartier naviguent dans Paris, au fil des modes, suivant leur clientèle huppée. Le premier, Louis-François Cartier, démarre (cinquante ans plus tôt) avec un atelier rue Montorgueil, près des Halles, cœur vivant de la capitale, avant d'ouvrir son premier «salon de vente» dans le quartier du Palais-Royal. Mais la rue Neuve-des-Petits-Champs n'est pas idéale, et il est vite attiré par le boulevard des Italiens, en pleine expansion. C'est à l'aube du XXe siècle que son fils Alfred élit finalement le 13, de la rue de la Paix, mitoyen du très en vogue hôtel Westminster. Il pousse les murs quelques années plus tard en s'étendant au 11, et n'en bougera plus. Cette boutique demeure aujourd'hui l'emplacement le plus ancien de la maison dans le monde.

À lire aussi | *La montre Cartier "Cheich" du rallye Paris-Dakar adjugée plus d'un million d'euros*

«À cette époque, la rue jouit déjà d'un prestige énorme, attirant les cercles les plus élégants. Il est du reste plus difficile d'obtenir un bail là que place Vendôme, raconte Pierre Rainero, directeur du patrimoine, du style et de l'image de Cartier. *Les maisons de couture y ont précédé les joailliers. D'ailleurs, avant d'ouvrir au 13, Cartier présente ses bijoux lors de défilés chez son ami le couturier Worth, implanté dans la rue depuis plusieurs décennies. Les deux familles étaient très proches, au point même d'organiser un mariage entre Andrée-Caroline Worth et Louis Cartier en 1898.»* Les noces, relayées dans *Le Figaro*, ont lieu un an avant l'ouverture du magasin. Louis Cartier vient de rejoindre son père dans l'entreprise et mettra bientôt à exécution son ambition de transformer la bijouterie paternelle en empire international.

Têtes couronnées et princesses dollars

Sous son impulsion, la boutique va servir de tremplin à la marque, qui assoit son ancrage parisien, déploie son style, mais aussi rayonne à l'étranger. *«C'est de là que Louis Cartier et ses deux frères, Jacques et Pierre, partent en voyage en Inde ou ailleurs pour y trouver l'inspiration et développer leurs affaires, comme en témoignent lettres, croquis et photos dans nos archives»*, poursuit Pierre Rainero. Le 13, rue de la Paix devient le «fief» du fils aîné, Louis, tandis qu'en 1902 une boutique ouvre à Londres sous l'impulsion de Jacques, bientôt suivie par New York, orchestrée par Pierre. *«C'est là aussi que les acteurs principaux de cette épopée vont se côtoyer, les différents membres de la famille ainsi que les grands vendeurs qui, bien souvent, commencent rue de la Paix et, pour les meilleurs, sont envoyés dans des filiales à l'étranger. Tout comme les dessinateurs, de Charles Jacqueau à Jeanne Toussaint. Au bout de dix ans à cette adresse, Cartier est surnommée "la firme" et perçue comme une entreprise dont la dimension est inhabituelle pour un joaillier, dans laquelle les employés peuvent mener une carrière internationale.»* Elle compte alors quelques centaines de salariés, ce qui est beaucoup pour l'époque, même si, de nos jours, les chiffres sont incomparables, avec environ 9 000 employés à travers le monde. Une évolution proportionnelle à la fréquentation des boutiques. Dès demain, 80 personnes seront ainsi attachées au seul 13, rue de la Paix, dont 40 vendeurs chargés de gérer le flux de clients qui franchiront les portes de ce temple de la joaillerie parisienne s'étendant désormais sur 3000 mètres carrés (contre 700 avant les travaux).

Bracelet Panthère en or jaune, déclinaison contemporaine d'une signature de Jeanne Toussaint, directrice artistique de la maison des années 1930 à 1970. *Antoine Pividori © Cartier*

Tout au long du XXe siècle, la force de Cartier réside dans la diversité de la clientèle qu'elle attire et à laquelle elle sait s'adresser. N'en déplaise à Édouard VII, qui aurait surnommé Cartier *«le joaillier des rois, roi des joailliers»*, les têtes couronnées n'ont pas l'apanage de la maison. Elle séduit aussi les princessesdollars, cette nouvelle aristocratie américaine qui a fait fortune dans l'industrie et le commerce, telle Barbara Hutton, mais aussi les artistes de Hollywood et de Cinecitta, Elizabeth Taylor en tête, les académiciens dans le sillage de Cocteau (dont l'épée faite par Cartier est exposée dans la boutique), et les pop stars des années 1980, d'Elton John à Serge Gainsbourg. Les visites des chefs d'État sont relayées dans la presse, du roi Alphonse XIII à la reine des Belges Elisabeth. De nombreuses photos du début du siècle de clients franchissant le noble seuil du magasin sont prises sous le même angle, en contre-plongée de l'immeuble d'en face, où a longtemps sévi un studio de photographes. Ils n'ont qu'à se mettre à la fenêtre en cas attroupement, appuyer sur le déclencheur et envoyer leurs clichés aux journaux.

Le style «guirlande» et l'horlogerie de forme

Mais le 13, rue de la Paix ne serait pas devenu et resté un tel pôle d'attraction s'il n'était pas aussi un pôle créatif. Depuis plus d'un siècle, les clients y viennent pour un diadème sur mesure ou un vide-poches en porcelaine, un sac en cuir ou une montre en or, une pièce de haute joaillerie ou un bracelet au design emblématique. *«Cartier s'est toujours attaché à conjuguer l'unique et l'universel, le singulier et le pluriel»*, résumait, la semaine dernière, le directeur France, Renaud Lestringant. Les plus célèbres des bijoux et montres sont nés ici puisque dès l'ouverture, en 1899, outre l'électricité (une première dans un magasin parisien), Louis Cartier fait installer, à côté de son bureau, un studio de création et une riche collection de livres d'art et d'architecture (actuellement conservée aux archives, au cinquième étage).

Passionné d'innovation, cet érudit fut pionnier dans l'utilisation en joaillerie du platine, métal précieux blanc jusque-là réservé à l'industrie, qui permet de façonner des montures à motifs beaucoup plus légères que celles en or ou en argent. Il déploie ainsi son style «guirlande», inspiré des riches dessins d'ornements du XVIII^{e} siècle, rompant avec les formes classiques du XIX^{e} siècle. Là aussi, il dessine pour son ami l'aviateur Santos Dumont la première montre de poignet. Puis la montre Tank, dont le boîtier et les brancards d'un seul tenant ressemblent à un char britannique vu de haut. Il pose alors les bases de ce qui deviendra une des spécialités de la maison: l'horlogerie de forme… La bague Trinity y est également née, sur suggestion (selon la légende) de Jean Cocteau, tout comme les motifs Panthère et Tutti Frutti grâce à l'inventivité et l'anticonformisme de Jeanne Toussaint, qui fut un temps la maîtresse de Louis Cartier mais surtout la directrice artistique pendant plusieurs décennies.

Cette histoire riche et admirable a nourri la légende du «13 Paix», comme disent les initiés, créant une aura autour de la joaillerie parisienne et de la place Vendôme. *«La dimension historique du lieu est certes une force, mais elle est inséparable de la capacité d'être sans cesse de son temps,* conclut Pierre Rainero. *Une permanence liée à la pertinence, où le client doit toujours trouver un bijou pour sa vie contemporaine.»*