

EXPOSITION RÉALISÉE PAR
IMAGE ET INDUSTRIE DU BIJOU
ET PRÉSENTÉE PAR
LE CENTRE DE CRÉATION INDUSTRIELLE / CENTRE GEORGES POMPIDOU

**B COMME UN BIJOU
UNE EXPOSITION QUI INAUGURE
LE NOUVEL ESPRIT
DU BIJOU**

GALERIE DES BREVES DU CCI
NIVEAU MEZZANINE DU CENTRE GEORGES POMPIDOU
13 DÉCEMBRE 1988 - 9 JANVIER 1989

PARIS, le 25 Août 1988

Relations presse d'IMAGE ET INDUSTRIE DU BIJOU :
Anne Foucart - 45 08 93 07

Relations presse du CCI :
Marie - Jo Poisson - 42 77 12 33

Pour tous renseignements :

Centre Georges Pompidou
Centre de Création Industrielle
75191 Paris cedex 04
Tél 42 77 12 33

Relations publiques du CCI
Ariane Diané-Sartorius
Poste 42 16

Service de presse du CCI
Marie-Jo Poisson-Nguyen
Poste 42 05

Centre de Création
Industrielle CCI

Centre Georges Pompidou
75191 Paris Cedex 04 Téléphone 42 77 12 33 Télex CNAC GP 212 726

La Galerie des Brèves du Centre de Création Industrielle est le lieu privilégié pour présenter l'actualité de la création industrielle.

Pour Noël, la galerie des Brèves devient un écrin bleu nuit pailleté d'or révélant une exposition de bijoux contemporains : B COMME UN BIJOU.

Cet événement reflète la démarche créative d'IMAGE ET INDUSTRIE DU BIJOU, un groupe de seize industriels mobilisé autour d'un concept novateur en bijouterie : concilier création et grande consommation.

Ce parti pris a donné naissance à des collections de bijoux créatifs, actuels, accessibles, des bijoux-plaisirs de la vie quotidienne.

Parallèlement, cinq talents du design contemporain, choisis par IMAGE ET INDUSTRIE DU BIJOU, expriment librement leurs conceptions du B COMME UN BIJOU à travers des créations originales : MARTINE BÉDIN, GAROUSTE & BONETTI, JEAN NOUVEL, ANDRÉE PUTMAN, MARTIN SZEKELY.

Destinés à un large public, ces bijoux exposés pour la première fois au Centre Georges Pompidou sont simultanément commercialisés chez les bijoutiers agréés en France sous la signature B COMME UN BIJOU.

Galerie des Brèves du CCI
du 13 Décembre 1988 au 9 Janvier 1989

EXPOSITION RÉALISÉE PAR
IMAGE ET INDUSTRIE DU BIJOU
ET PRÉSENTÉE PAR
LE CENTRE DE CRÉATION INDUSTRIELLE / CENTRE GEORGES POMPIDOU

IMAGE ET INDUSTRIE DU BIJOU

SEIZE FABRICANTS FRANÇAIS DE BIJOUX
S'UNISSENT POUR MENER UNE ACTION COLLECTIVE
DE CRÉATION ET DE PROMOTION
SOUS LA SIGNATURE

B COMME UN BIJOU

PARIS, le 25 Août 1988

Relations presse d'IMAGE ET INDUSTRIE DU BIJOU :
Anne Foucart - 45 08 93 07

Relations presse du CCI :
Marie - Jo Poisson - 42 77 12 33

Pour tous renseignements :

Centre Georges Pompidou
Centre de Création Industrielle
75191 Paris cedex 04
Tél. 42 77 12 33

Relations presse du CCI
Ariane Disser-Larnaud
Poste 4-11

Service de presse
Marie-Jo Poisson
Poste 42-05

Centre de Création
Industrielle CCI

Centre Georges Pompidou
75191 Paris Cedex 04 Téléphone 42 77 12 33 Télex CNAC GP 212 726

IMAGE ET INDUSTRIE DU BIJOU UNE DÉMARCHE UNIQUE ET NOVATRICE

UN VASTE MOUVEMENT SOLIDAIRE

Animés par une volonté commune et convaincus de la nécessité de reprendre l'initiative créative, seize fabricants français de bijoux se sont unis pour former un groupe de réflexion et d'action : IMAGE ET INDUSTRIE DU BIJOU.

Leur objectif : inaugurer un nouveau style du bijou créatif, actuel et accessible.

Le groupe placé sous l'égide de la Chambre Syndicale de la Bijouterie, Joaillerie, Orfèvrerie est soutenu par le Ministère de l'Industrie ainsi que par le World Gold Council.

UN ENGAGEMENT AU PRESENT ET AU FUTUR

Les seize entreprises d'IMAGE ET INDUSTRIE DU BIJOU se sont engagées à mener à long terme une action collective de création et de promotion sous la signature :
B COMME UN BIJOU.

Depuis un an, IMAGE ET INDUSTRIE DU BIJOU a tout mis en oeuvre
- analyse du marché, recherche créative, investissement financier - pour jouer la dynamique économique de la création, du style et de la mode.

Cette phase de réflexion a conduit le groupe à explorer les nouvelles tendances du marché, à partager ses compétences, à renouer avec sa vocation de métier d'art, à dynamiser la création interne, à faire appel à des compétences extérieures.

Les entreprises d'IMAGE ET INDUSTRIE DU BIJOU ont signé une Charte de conduite qui se traduit par :

- une recherche constante d'innovation,
- un souci permanent de privilégier la création, de renouveler annuellement les collections, de satisfaire la demande des consommateurs,
- un partenariat solidaire, qui permet d'agir en synergie, de communiquer une image collective forte et cohérente,
- une volonté d'expansion, tant sur le marché intérieur qu'international.

UNE PUISSANCE ECONOMIQUE

Altesse, Aubertin Pasquier, Augis, Bellon/Beljoyor, Michel Boéres, Caplain Saint André, Flamand, Charles Garnier, Gutty, Léon Martin, Léry-Bouvier, Or-Est, Paul Celiane, Charles Perroud, Rolot & Lemasson, Sauvat - sont les seize entreprises du groupe IMAGE ET INDUSTRIE DU BIJOU. Elles réalisent un chiffre d'affaires de un milliard cinq cents millions de francs soit près de 45 % du chiffre d'affaires de la production industrielle française, or et plaqué or, et emploient 2.500 personnes.

UNE RÉALITÉ INDUSTRIELLE

Les entreprises d'IMAGE ET INDUSTRIE DU BIJOU ont doté leurs unités de production de moyens techniques et technologiques indispensables pour assurer leur compétitivité au niveau national et international.

Outre les techniques classiques telles que l'estampage, la fonte à cire perdue, le tricotage des chaînes, le polissage, les entreprises se sont équipées de nouvelles technologies ultra-modernes, telles que le laser pour les soudures commandé par microprocesseur ou l'électroformage qui ouvre de nombreuses possibilités de création.

B COMME UN BIJOU VERS UNE NOUVELLE DEFINITION DU BIJOU

CRÉATION ET GRANDE CONSOMMATION

La démarche d'IMAGE ET INDUSTRIE DU BIJOU s'articule autour d'un concept fondamental en bijouterie : concilier création et grande consommation, afin de répondre précisément aux attentes des consommateurs.

LE BIJOU, PLAISIR DE LA VIE QUOTIDIENNE

Le bijou/prestige, le cadeau d'exception, est peu à peu remplacé par le bijou/plaisir de la vie quotidienne.

Les femmes, et principalement les femmes actives, participent à faire basculer le bijou traditionnel lié aux grands événements de la vie vers un accessoire indissociable d'une tenue vestimentaire.

Actuellement, la femme est destinataire de deux bijoux en or sur trois et génère 73 % du chiffre d'affaires des bijoux précieux.

Les femmes actives, au nombre de 9 millions environ, disposent d'un pouvoir d'achat global de 700 milliards de francs, soit le tiers des dépenses totales de consommation.

Une femme active sur quatre a acheté en 1986 au moins un bijou pour elle-même ou pour offrir.

Tout en réaffirmant l'importance qu'elles attachent au bijou précieux, les femmes dans leur majorité souhaiteraient un bijou plus proche des tendances de la mode.

Le bijou devient un produit de grande consommation qui doit être actualisé.

UNE DOUBLE ORIENTATION CRÉATIVE

Deux orientations créatives sont à l'origine des collections B COMME UN BIJOU :

- l'une repose sur une étroite collaboration avec Volcan, agence de création et de développement de produits.
VOLCAN a constitué une banque de données créatives, source d'inspiration des entreprises, et a guidé chacune d'entre elles par une série de consultations personnelles, afin de construire une collection spécifique.
- l'autre orientation offre à cinq talents du design contemporain :
Martine Bedin, Garouste & Bonetti, Jean Nouvel, Andrée Putman, Martin Szekely, d'interpréter librement en création le B COMME UN BIJOU.

Toutes ces collections sont identifiables dans les points de ventes agréés, dès le 1er décembre 1988, sous la signature B COMME UN BIJOU dont le logotype a été conçu par BJO Formation.

TOUT UN MODE DE COMMUNICATION

La campagne de lancement orchestrée autour de B COMME UN BIJOU bénéficie de moyens de communication d'envergure pour assurer le succès de l'opération.

Une campagne publicitaire dans les plus grands titres de la presse féminine révélera au grand public l'existence de B COMME UN BIJOU.

L'exposition, présentée par le Centre de Création Industrielle au Centre Georges Pompidou, sera dotée d'un important matériel de communication :

- une affiche sera apposée sur les emplacements culturels habituels et chez tous les bijoutiers dépositaires des collections B COMME UN BIJOU,
- un catalogue sera vendu dans la librairie du Centre Pompidou,
- une campagne de relations publiques organisera un vernissage de l'exposition, destiné aux leaders d'opinion et aux journalistes.

Tous les moyens seront mis en oeuvre pour attirer sur cette opération toute l'attention qu'elle mérite.

B COMME UN BIJOU, LE LANGAGE DE LA SÉDUCTION

Mode, création, séduction, autant d'idées, d'attentes auxquelles les femmes sont aujourd'hui sensibles. Active, responsable, sûre de son goût, la femme moderne attend un bijou qui lui correspond, original et accessible. Symbole d'exception, le bijou précieux est devenu accessoire du quotidien, plaisir de tous les jours, actuel et irrésistible. Son langage : celui des formes et des matières, celui des modes et de l'actualité, celui de B COMME UN BIJOU.

Comme un vêtement, le bijou reflète les diverses facettes d'une personnalité féminine : impulsivité et pudeur, force et fragilité, humour et profondeur.

Le bijou n'est plus signe extérieur de richesse, mais plutôt signe de richesse intérieure.

LES NOUVELLES EXPRESSIONS DU BIJOU

Aujourd'hui, le bijou précieux quitte ses airs cérémonieux, rompt avec les conventions et traduit une nouvelle liberté d'expression.

Accessoire du jour et du soir, il se porte à tout moment, avec naturel, gaieté et désinvolture.

Lové au creux d'un cou, encerclant un poignet, glissé autour d'un doigt ou accroché ici ou là, le bijou en or rayonne de son inimitable lumière et délivre son message de bonheur.

Les créations signées B COMME UN BIJOU expriment ce nouvel esprit du bijou, à travers les collections particulières de chaque fabricant.

Bracelets, bagues, colliers, boucles d'oreilles et broches invitent à la modernité et appellent à la sensualité : douceur tactile sur la peau, mobilité des formes, techniques qui vont dans le sens d'un plus grand plaisir.

L'imagination aux poignets... Larges et tressés, les bracelets puisent aux sources ethniques et retrouvent une simplicité primitive. Ou très articulés, ils s'inspirent des années 40.

Aux oreilles dansent des créoles, toujours les créoles, mais renouvelées par des éléments inattendus, comme une panthère prise au piège de l'anneau.

Les bagues célèbrent de nouvelles unions : celle de l'or et de la couleur, notamment celle de l'émail, dont on redécouvre l'utilisation.

Flatteurs et éclatants, les colliers s'étalent généreusement et superbement, ou bien jouent l'élégance discrète. Certains ont une légèreté aérienne et un contact très doux. Ils doivent ces qualités aux nouvelles techniques de l'électroformage.

Les broches sont de retour. Elles se piquent d'originalité et accrochent leur pointe d'éclat à un revers, un gilet, ou un chapeau.

Épuré ou sophistiqué, unique ou multiple, le bijou trouve aujourd'hui son mode d'expression avec invention, simplicité et charme.

B COMME UN BIJOU INTERPRÉTÉ PAR LES CRÉATEURS

Designers, architectes, ces cinq créateurs se sont livrés avec créativité et liberté à un exercice de style sur le symbole et l'image de l'opération "B COMME UN BIJOU".
Totalement extérieurs à l'univers du bijou, ils ont apporté, à travers leurs créations, un regard différent, personnel, affranchi de toutes contraintes, sur la notion du bijou. Chaque créateur a travaillé en étroite collaboration avec un fabricant pour mener à bien la réalisation du bijou.

Leurs créations seront dévoilées au cours de l'exposition au Centre Georges Pompidou.

MARTINE BEDIN

Cette jeune designer française a participé au mouvement Memphis et a su imposer son talent dans le design italien. Depuis quelque temps, elle s'intéresse à la création d'accessoires et vient de dessiner une collection de sacs pour le groupe de maroquinerie Martell.

Autour du "B", Martine Bedin a conçu un bijou objet, jeu de construction abstraite.

ANDREE PUTMAN

Porte-parole par excellence de la modernité, Andrée Putman a imprimé la griffe de son célèbre style sur de multiples réalisations dans le monde entier. Fondatrice de la société "Ecart International", elle crée, édite et réalise parfaitement l'association entre création et industrie. Le "B" vu par Andrée Putman : un bijou bijou à part entière, pur produit de l'élégance et de la simplicité.

JEAN NOUVEL

Fondateur de la Session Architecture de la Biennale de Paris, Jean Nouvel représente un courant très novateur de l'architecture française. Lauréat au concours de l'Institut du Monde Arabe, il s'est également lancé dans la création de meubles et s'est chargé d'organiser l'exposition sur les années 50 au Centre Georges Pompidou. Son interprétation du "B" : un bijou conceptuel, en relation épidermique avec le corps.

ELIZABETH GAROUSTE & MATTIA BONETTI

E.Garouste et M.Bonetti sont les apprentis sorciers d'un nouvel esthétisme, puisé dans les civilisations archaïques et tribales. Dérangeant l'ordre établi de la création et du design, ils signent des collections de meubles et d'objets pour "En attendant les barbares" et viennent de concevoir l'environnement de la maison de couture de Christian Lacroix. Leur interprétation personnelle du "B" : un bijou mythe, empreint de références culturelles aboutissant à une expression très actuelle.

MARTIN SZEKELY

A l'écart des modes, Martin Szekely poursuit son langage très personnel des formes et des technologies, à travers ses créations de meubles et d'objets. Elu à l'unanimité "le Créateur de l'année" en 1986, il est l'un des designers vedette de la galerie Neotu. Son parti pris : un bijou fragment, conçu comme une composition, qui renvoie à la géométrie primitive.

IMAGE ET INDUSTRIE DU BIJOU

Placé sous l'égide de la Chambre Syndicale de la Bijouterie,
Joallerie, Orfèvrerie, du Ministère de l'Industrie
et du World Gold Council

- Un groupe de seize fabricants de bijoux : Altesse, Aubertin Pasquier,
Bellon/Beljoyor, Michel Boères,
Caplain Saint André, Flamand,
Charles Garnier, Guty,
Léon Martin, Léry-Bouvier,
Or-Est, Paul Céliane,
Charles Perroud, Rolot & Lemasson,
Sauvat

- Date de création : 1988

- Porte-parole : Didier Roux, Société Rolot & Lemasson

- Conseil création des collections : Agence Volcan
B COMME UN BIJOU

- Communication, : Agence Volcan
Publicité / RP / PLV

- Exposition au Centre Georges Pompidou : . Centre de Création Industrielle (C.C.I.)
13 Décembre 88 / 09 Janvier 89 . Agence Volcan

C R E A T I O N S D E

M A R T I N E
B E D I N ,

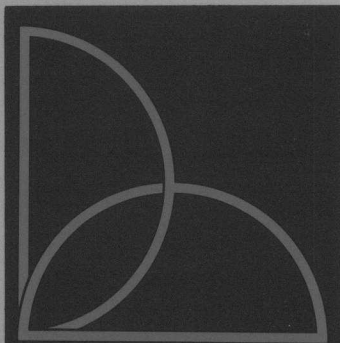
E L I S A B E T H
G A R O U S T E

E T M A T T I A
B O N E T T I ,

J E A N
N O U V E L ,

A N D R E E
P U T M A N ,

M A R T I N
S Z E K E L Y .



C O M M E
U N
B I J O U

Jean Maheu
Président du Centre national d'art
et de culture Georges Pompidou

François Burkhardt
Directeur du Centre de Création
Industrielle

Le groupe Image et
Industrie du Bijou*

vous prient de leur faire
le plaisir d'assister
à l'inauguration de l'exposition

B comme un Bijou

**le mardi 13 décembre 1988 à 19h
au Centre Georges Pompidou,
Galeries des Brèves**

Invitation valable
pour deux personnes.
Entrée : Rue Beaubourg
ou Parc de stationnement

Cocktail

Exposition présentée
du 14 décembre 1988
au 23 janvier 1989

- * Altesse, Aubertin Pasquier
Augis, Bellon/Beljoyor
Michel Boéres
Caplain Saint André
Flamand, Charles Garnier
Gutty, Léon Martin
Léry-Bouvier, Or est
Paul Céliane, Charles Perroud
Rolot & Lemasson, Sauvat