



Portrait de Sophie Mizrahi-Rubel
©ANKALAB



Sophie Mizrahi-Rubel
*Présidente de la Maison
de Joaillerie John Rubel*

John Rubel
OU LE RÉVEIL D'UNE
BELLE ENDORMIE !

Photo : Pendentif Flacon parfum Amélia en or rose,
diamants et perles de culture. ©Clémence Le Vert

Pendant la Grande Guerre et jusqu'en 1939, les ateliers Rubel Frères étaient à Paris, au 22 rue Vivienne. Jean et Robert travaillaient pour Van Cleef & Arpels mais également pour d'autres maisons comme Ostertag, tout en créant aussi beaucoup pour eux-mêmes à cette époque. En 1939, les frères Rubel, qui sont les arrière-arrière-grands-oncles de Sophie Mizrahi-Rubel, sont partis s'installer à New York, à la demande de Van Cleef & Arpels qui venait d'ouvrir une boutique sur la 5e Avenue. Ils confient leur atelier parisien à leur neveu Marcel, le grand-père de Sophie.

ATTITUDE LUXE

L'atelier de Jean et Robert Rubel est à l'origine de nombreuses pièces maîtresses pour Van Cleef & Arpels, comme les fameuses danseuses que l'on a pu voir en grand nombre à l'exposition du Grand Palais, en 2013 ?

SOPHIE MIZRAHI-RUBEL

Robert a dessiné la danseuse un soir dans un cabaret à Greenwich et a confié son croquis à un dessinateur qui s'appelait Duvalet. Rubel avait signé cette œuvre, avant qu'elle ne soit présentée à VCA qui l'a tout de suite adoptée et estampillée VCA et en a fait une de ses pièces iconiques. De nos jours, on peut trouver des danseuses dans certaines salles des ventes qui sont signées « Rubel ».

À l'époque, la création n'était pas structurée comme aujourd'hui, ce qui explique qu'il y ait beaucoup de pièces qui sont très ressemblantes. En 1925, les frères Rubel ont créé pour VCA une pièce sublime, « le bracelet aux roses », et c'est ce bracelet qui a gagné le grand prix de l'exposition internationale des Arts Décoratifs et Industriels modernes de Paris en 1925.

En 1943, devant le succès de leurs créations, Jean et Robert décident de lancer leur propre maison à New York. Ils s'installent sur la 5e avenue, sous le nom de John Rubel. Ils cessent alors de travailler pour VCA. Puis en 1946, ils ouvrent une seconde boutique sur Palm Beach. Cette aventure américaine a duré jusqu'au début des années 50 ; En 52 ou 53, ils décident de rentrer en Europe, à cette époque, la marque s'est un peu endormie. Marcel avait été fait prisonnier pendant la guerre et avait dû, par la force des choses, fermer l'atelier dont il avait la charge. Après la guerre, sa connaissance du métier du commerce du diamant et des pierres, l'encourage à s'orienter vers le négoce du diamant. C'est ainsi qu'il développe cette activité en France. En parallèle, ses oncles, Jean et Robert, également rentrés en France, travaillent sur le diamant avec lui, et c'est ainsi que cette pierre a pris la place de la marque John Rubel.



Images d'archives : Couverture du document réalisé à l'occasion de l'exposition des Arts Décoratifs 1925 et page sur le « bracelet aux roses » VCA. Merci à Jean-Jacques Richard.

AL - Dans votre enfance, la Maison de Joaillerie Rubel n'existait déjà plus, seul le négoce du diamant était visible ?

SMR - Oui, j'ai été formée au diamant par mon grand-père. Il avait aussi ouvert un département de pierres de couleur dont ma mère s'occupait et auxquelles elle m'a formée. Mais, très vite j'ai voulu dessiner. Je savais que mes grands-oncles avaient été dans la fabrication, je connaissais leurs modèles, dont celui de la danseuse, et sans doute avais-je la fibre créatrice dans le sang. Mon grand-père, dès qu'il le pouvait, rachetait des pièces anciennes signées de ses oncles et les offraient aux femmes de la famille. Aussi, me suis-je lancée tout de suite dans la création. J'ai commencé vers 22 ans, alors que j'étais à l'université, pour des particuliers, et au bout de quelques années, j'ai commencé à vendre mes modèles aux joailliers de la place Vendôme. À cette époque, les maisons prenaient encore de la création extérieure. J'ai présenté des modèles qui correspondaient à leur ADN, à leur identité. J'ai ainsi vendu mes créations chez VCA, Maubousin, Chaumet, et Fred.

Photo p. 7, extraite du livre John Rubel ©Forward



Au bout de quelques années, j'ai été recrutée par LVMH, qui venait de reprendre Fred. Les maisons de la place Vendôme étaient en plein développement commercial et commençaient à s'appuyer sur des ateliers qui pouvaient les suivre en termes de production. J'ai arrêté ma propre activité quand je suis entrée chez Fred. Ensuite j'ai travaillé chez Cartier, puis chez Mauboussin.

AL - Aujourd'hui, vous venez de rendre la vie à cette magnifique Maison de joaillerie, John Rubel, créée par des membres de votre famille. Avec cet héritage familial, votre propre histoire avec la joaillerie prend un tournant décisif en 2012, au fond d'une malle, racontez-nous ?

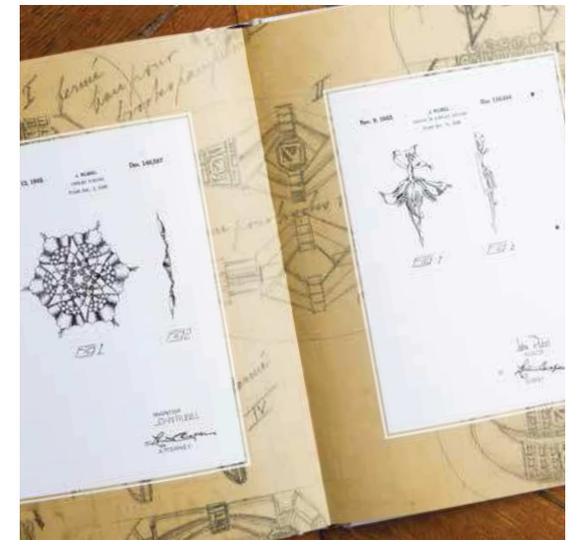
SMR - En effet, c'est dans la maison familiale, où a vécu mon grand-père mais aussi Jean et Robert, que lorsque mon grand-père est décédé, nous avons commencé à ranger un peu.

Photo p. 151, extraite du livre John Rubel ©Forward

Et, il y a 4 ans, je suis tombée sur une malle dans laquelle il y avait une grande quantité de dessins que Jean et Robert avaient faits. Les dessins ont été confiés par mon grand-père à VCA, il y a 35 ans, pour faire un de leurs livres. Malheureusement, il ne les a jamais récupérés. À l'époque, quand il les a demandés chez VCA, on lui aurait répondu que les archives avaient été mélangées et qu'ils ne savaient plus les attribuer. Et là, un miracle, je tombe sur des archives qui n'avaient pas été données à VCA.

Cela a été le détonateur pour faire le livre hommage à mon grand-père, Marcel Rubel. Et c'est en le faisant que l'idée a germé de relancer la marque. J'ai aussi fait de nombreuses recherches chez Sotheby's et Christie's, qui m'ont beaucoup aidée en m'envoyant des photographies et des liens qui circulent où figurent des pièces signées Rubel.

La marque a une vraie valeur, c'est une belle endormie soit, mais qui finalement ne s'est jamais tout à fait arrêtée. Mon grand-père a toujours perpétué la tradition à travers le diamant, et il y a toujours des pièces qui sont vendues aujourd'hui dans les maisons de vente.



“ C’est une marque qui est très joyeuse. Elle est très féminine, colorée et dansante ”

AL - En 2013, vous prenez donc la décision de relancer cette Maison en suivant son ADN, mais quel est-il ?

SMR - C’est une marque qui est très joyeuse, avec une empreinte Art-déco, due probablement à l’époque. Elle est très féminine, colorée et « dansante », dans ses formes, dans ses rythmes, ses couleurs. Elle a une vraie identité.

Le challenge est double : rester sur l’identité de John Rubel sans dévier vers le style des maisons pour lesquelles les ateliers Rubel ont travaillé, et imaginer l’identité de John Rubel aujourd’hui, avec de l’émotion, des volumes généreux, et des mélanges de formes.

AL - Quel a été le moteur le plus puissant pour vous ?

SMR - Ce fut d’abord une histoire de cœur, une histoire d’amour, de transmission, afin de perpétuer une histoire familiale. Je suis la 5ème génération, et avant de développer cette entreprise, l’une de mes filles était déjà dans le métier, représentant ainsi la 6ème génération ! Nous sommes très liés dans la famille, j’ai connu mes arrière-grands-oncles, et je revois encore mon grand-père me racontant cette histoire avec des larmes dans les yeux. C’était aussi rendre un hommage à la famille pour toute l’aide qu’elle m’a apportée depuis toujours. Et c’est aussi une histoire d’amour, avec Eric Schneider, qui est mon associé aujourd’hui. Si nous ne nous étions pas rencontrés, je ne sais pas si l’histoire serait ce qu’elle est aujourd’hui.

C’est lui qui m’a dit que j’avais là un cadeau extraordinaire avec cette marque magnifique, centenaire, à la double nationalité française et américaine, puisque ce sont les Etats-Unis qui ont accueilli mes oncles et qui leur ont permis d’exister. Et à ce jour, des marques centenaires aux USA, je n’en connais pas beaucoup ! Il m’a encouragé à réveiller ce patrimoine, Avec la passion, les connaissances, ce patrimoine et un brin d’inconscience, il est possible de tout faire. C’est sans doute ce mélange qui a rendu les choses possibles.

AL - Quel est précisément votre rôle au sein de la Maison ?

SMR - Je m’occupe de toute la partie artistique et du marketing. Nous nous occupons ensemble du commercial.



1. Bague La Divine en or blanc, diamants et rubis ©Philippe Carpentier •
2. Collier Mistinguett en or blanc, diamants, émeraudes, rubis et perles de culture.
©Clémence Le Vert.



1. Dessin gouache à main levée du collier bleu Carmen. •
2. Bague Bleu Carmen en or gris, diamants et saphir.
©Clémence Le Vert.

AL - Votre objectif principal ?

SMR - Faire de John Rubel une marque exclusive de pièces uniques ou en édition très limitée, avec cette signature haute joaillerie, car nous avons une grande exigence au niveau du travail en atelier. La commercialisation se fera à l’américaine, avec des expositions éphémères, qui durent 2 à 3 jours, en France et à l’étranger. Nous revenons par exemple de Vancouver, où nous avons présenté la marque, son histoire et la nouvelle collection. Notre objectif est de vendre 20 à 30 pièces par an, pour les 3 années à venir. Nous offrons aussi un service de création sur mesure, en gardant l’esprit John Rubel et l’identité de la marque. Et pour cette première collection, les prix évoluent entre 18 000 à 400 000 €, selon aussi les pierres de centre.

2



“ La bague Bleu Carmen, m’a été inspirée par le jupon des ballerines, un dessin réalisé en hommage aux danseuses ”

AL - Comment se passe le processus de création, vous partez d’une pierre, d’une idée ou d’un dessin des archives ?

SMR - Je peux partir de certains éléments de pièces anciennes, par exemple, la bague Bleu Carmen m’a été inspirée par le jupon des ballerines, un dessin réalisé en hommage aux danseuses. La bague Ginger, tout pavage, a été réalisée par rapport à un bracelet ancien iconique John Rubel qui s’appelle le bracelet Rouleau. Le Collier Mistinguett vient d’un dessin d’archive qui est uniquement en diamant, et j’ai transposé un des éléments pour faire une pièce actuelle. L’idée pour le moment n’est pas de faire de la réédition, sauf éventuellement pour une commande spéciale.

“ Pour les pierres de couleur, nous travaillons uniquement avec des pierres qui sont certifiées ”



AL - Y a-t-il une patte, un style particulier, français ou international lié à Rubel ?

SMR - Le style est généreux dans les volumes, toujours très coloré, très féminin et avec une cadence de rythme. Ce sont des bijoux raffinés, dont le dessous est aussi beau que le dessus. Mais je suis convaincue que le bijou est avant tout une émotion pour la personne qui le porte, une sorte de talisman et qui fait appel à ses propres souvenirs. Ce qui est important c'est le fil conducteur, afin qu'il y ait une cohérence entre ce qui avait été fait à l'époque et ce qui est fait aujourd'hui.

AL - Quelles techniques sont utilisées pour la création de ces pièces ?

SMR - Nous mélangeons toutes les techniques, à la fois anciennes et modernes, sur une même pièce. Le design et la conception sont créés en France, puis la fabrication est réalisée pour partie en France et dans des ateliers à l'international, en fonction des savoir-faire.

AL - Quelle est la traçabilité des pierres ?

SMR - Pour les pierres de couleur, nous travaillons uniquement avec des pierres qui sont certifiées par les plus grands laboratoires, tel le SSEF, ou le Gübelin. Nous travaillons uniquement avec des pierres naturelles, non chauffées. Pour les diamants, nous avons bien sûr le process Kimberley, qui certifie leur traçabilité.

AL - Quelles sont les pièces phares de votre première collection John Rubel ?

SMR - Les pièces phares sont, Bleu Carmen, La Divine, Ginger et le flacon pendentif Amélia. Dans le sens où Bleu Carmen est un hommage aux ballerines, La Divine à la pièce vintage de la fleur, car les fleurs, en particulier dans le film Fantasia, ont toujours beaucoup inspiré Jean et Robert. La bague Ginger est un hommage au bracelet rouleau, l'une des grandes pièces iconiques de Rubel et Amélia est inspiré de tous les accessoires de sacs qu'ils faisaient dans les années 40 et entre autre un flacon, qui est aussi présent dans le livre. Au lieu d'en faire un flacon de parfum, je l'ai détourné pour en faire un élément de sautoir, mais qui garde sa fonction de flacon de parfum en miniature. Et, afin d'apporter également un axe de modernité, j'ai travaillé les boucles d'oreille pour que leur porté soit résolument contemporain, c'est la touche mode de la collection.

AL - Quelles valeurs voudriez-vous transmettre à vos enfants ?

SMR - Des qualités de valeurs humaines, et ce que j'ai eu la chance de recevoir de ma famille, de l'amour, le sens de la famille, le respect, la transmission. Ce sont ces valeurs que la marque incarne, ainsi que la passion. Je crois qu'il est important d'être ouvert d'esprit à tous les talents, qu'ils soient artistiques ou spirituels. Il est important de savoir reconnaître le talent que les autres peuvent apporter, être ouvert au monde. Quand on fait les choses avec son cœur et respect, on a fait une grande partie du chemin, il faut garder son axe, être droit et vivre ses passions.

1. Photo extraite du livre John Rubel p.165 •
2. Pendentif Flacon parfum Amélia en or rose diamants et perles de culture ©Clémence L. Vert. • 3. Bague Ginger en or rose, diamants et perles de culture ©Philippe Carpentier.

“ Savoir donner et recevoir, l'échange est important pour moi ”

AL - Vos secrets pour rester aussi dynamique, quels sont-ils ?

SMR - C'est d'être le plus possible en accord avec mes valeurs, de les partager, de savoir donner et recevoir, l'échange est important pour moi, comme l'est autant la passion. Il est aussi important de penser positif, comme d'analyser ce qui se passe et de prendre du recul. ■

Propos recueillis par
Carole Grouésy

