



La bague de fiançailles est-elle has been ?

Ce n'est pas parce qu'on se marie moins que la bague de fiançailles a disparu. Loin de là. Explications.

C'est la bouche en cœur qu'il lui a offert une de ses dents de sagesse sur un anneau. Elle a pleuré, et ils ont fait le tour du Web. C'était en novembre dernier. L'histoire de ces deux jeunes tourtereaux californiens en dit long sur notre société, mais aussi sur le statut de la bague de fiançailles, qui effectue son grand retour. Selon une enquête réalisée fin 2014 par le cabinet de conseil et d'études marketing **Promise Consulting**, 15 % des Français prévoyaient d'en offrir ou d'en recevoir une dans les cinq ans à venir. Deux fois plus chez les moins de 34 ans. Serions-nous revenus à ces temps anciens où le père du jeune homme présentait sa demande de fiançailles aux parents de la jeune fille ? Tout de même pas. « Les fiançailles d'aujourd'hui ont une autre signification, explique Catherine Pugeault-Cicchelli, sociologue à l'université Paris-Descartes, spécialisée dans les processus de conjugalisation. Il y a bien sûr ceux qui ont un projet de mariage, mais nombreux sont ceux qui se fiancent sans aller plus loin – pas qu'ils soient opposés au mariage mais parce que les fiançailles suffisent à marquer le lien, dans une société où une union sur deux finit par un divorce. Nous ne sommes plus dans le modèle du mariage illimité ; c'est aussi parce qu'elles sont réversibles que les fiançailles connaissent ce succès. » Et la sociologue d'ajouter : « Elles sont un témoignage plus romantique que le pacs – entre les deux partenaires, bien sûr, mais pas seulement. » Les fiançailles offrent en effet une alternative au mariage pour valider la relation auprès des parents, « qui investiront alors le petit ami, puisqu'il n'est plus simplement de passage ». Engagement et validation, donc. Pression parfois... Et la tendresse dans tout ça ? Demandes en mariage dans l'espace On ne la trouve certainement pas dans l'origine de la bague de fiançailles qui, dans la Rome antique, symbolisait le contrat passé entre deux familles de jeunes gens qui ne se connaissaient pas et se découvraient lors d'une rencontre où ils échangeaient un anneau de fer. Aujourd'hui, « c'est implicite, c'est un engagement d'amour », souligne la sociologue, également membre du Centre de recherche sur les liens sociaux. Il y a encore cinquante ans, c'est après une cérémonie religieuse et lors d'un repas – chez les parents de la jeune fille – que l'homme offrait la bague à sa future épouse, gage d'un mariage qui se déroulerait un an plus tard, le temps de préparer les festivités. Désormais, les cérémonies sont moins nombreuses, les repas de famille se font au restaurant et sont, de plus en plus souvent, suivis d'une fête avec des amis. Mais avant cela, s'il y a bien un moment important, c'est la demande. Crédit : Marc Piasecki / Getty Il semblerait que ce que Catherine Pugeault-Cicchelli appelle « la sociologie de l'imaginaire », cet ensemble de facteurs, comédies romantiques en tête, en dessinent aujourd'hui les nouvelles normes. Exit, donc, la famille, l'heure est à l'intimité (des vacances sont souvent l'occasion de se lancer). Mais aussi, et surtout, à la surprise. « Je suis allé jusqu'à organiser une demande dans l'espace », raconte Nicolas Garreau, fondateur d'Apoteo Surprise, société spécialisée dans les déclarations d'amour et demandes en mariage originales. Le principe : « Une photo du couple et le “Veux-tu m'épouser ?” sont accrochés à un ballon-sonde équipé d'une caméra que nous mettons en orbite dans la stratosphère, décrit-il. Les amoureux, au sol, dans une limousine, visionnent la vidéo, et la jeune femme découvre le message d'amour avec pour toile de fond la Terre. » Crédit : Jason Seattlite Hakala / capture écran Barack Obama avait quant à lui choisi de dissimuler la bague sur le chariot à pâtisseries du restaurant où il dînait avec Michelle. A ne pas forcément reproduire : « Une femme sur cinq l'avale, dans ce scénario », s'amuse le professionnel. Les Français, eux, sont 77 % à préférer se passer de bague pour se déclarer et la choisir ensuite à deux*. Bagues sur Internet Selon la plupart des joailliers, les ventes sont d'ailleurs en hausse depuis plusieurs années. « Nos clients sont souvent des couples qui imaginent ensemble leur bague de fiançailles », confirme Pauline Laigneau, cofondatrice de la marque de joaillerie en ligne Gemmyo. Et souvent cela se passe sur Internet. Cela permet « de ne pas se confronter à cet univers parfois froid de la haute joaillerie, aux vigiles, à un monde impressionnant et compliqué pour ceux qui ne disposent pas des codes », analyse la spécialiste, qui a vécu cette expérience alors qu'elle cherchait une bague au côté de son compagnon, Charif Debs (également cofondateur), qui venait de la demander en mariage. Les grandes marques aussi l'ont compris. Tiffany & Co. a même développé une appli « Guide des

bagues de fiançailles ». Crédit photo : Breakfast at Tiffany's / Jurow-Shepherd Productions On imagine alors différemment le happy end de Breakfast at Tiffany's (Diamants sur canapé), de Blake Edwards), lorsque, dans la célèbre boutique new-yorkaise, Paul (George Peppard) offre à Holly (Audrey Hepburn) une bague trouvée dans un paquet de crackers (sur le tournage, il a d'ailleurs fallu ouvrir plus de deux cents paquets de biscuits pour découvrir le fameux anneau gadget). Melvyn Kirtley, chef gemmologue de Tiffany & Co., raconte : « Il y a régulièrement des demandes en mariage dans nos boutiques du monde entier et, d'un toast à une vraie surprise, nous mettons tout en ordre pour créer le moment parfait dont nos clients se souviendront toute leur vie. » Le rôle de la bague est immuable, donc : témoigner à l'autre son amour. « Une bague de fiançailles dégage une énergie particulière, elle est un symbole très fort, elle lie deux personnes », confirme Marie-Hélène de Taillac, créatrice de bijoux depuis vingt ans. « Les jeunes filles veulent qu'on sache qu'elles sont liées et sont rassurées par ce "bagueage", ce marquage au corps volontaire, ajoute Catherine Pugeault-Cicchelli. C'est aussi une publicité ambulante qui montre qu'on est accompagnée, et bien accompagnée, qu'on a su construire une entité positive. Elle est un objet de fierté et de différenciation, même si tout le monde n'a pas le même besoin d'en faire la preuve. » Standards hollywoodiens Ce ne sont pas les célébrités, dévoilant parfois une bague de fiançailles afin de relancer une carrière, qui diront le contraire. Elizabeth Taylor (le diamant offert par Michael Todd, en 1956, était si gros qu'elle l'appelait son « ice skating rink » – sa patinoire), ou Beyoncé, dont la bague serait si chère (estimée à 5 millions de dollars) qu'elle en porterait systématiquement une copie (coûtant elle-même 5 000 \$), contribuent ainsi à l'installation de normes et de modèles. « Même si elles vont vers davantage d'originalité, en créant parfois leur bague sur mesure, nos clientes veulent que leur bague de fiançailles ressemble à une bague de fiançailles », note Pauline Laigneau. Rainier III de Monaco avait dû s'aligner sur les standards hollywoodiens (une bague Cartier en diamant « emerald cut » de 10,5 carats) après avoir offert à Grace Kelly une première bague plus simple (un anneau serti de rubis et de diamants, signé aussi Cartier). Mais cet idéal qui a la dent dure, c'est bien sûr le solitaire, cet anneau surmonté d'un diamant. En 2012, selon une étude du cabinet de conseil en stratégie Bain & Company, 60 % des Françaises (contre 80 à 85 % des Américaines) disaient avoir reçu pour leurs fiançailles une bague en diamant. Si la première utilisation du diamant – par l'archiduc Maximilien d'Autriche, lors de ses fiançailles avec Marie de Bourgogne – daterait de 1477, c'est aux Etats-Unis qu'il faut en chercher l'origine. « La bague de fiançailles telle que nous la connaissons a été introduite par notre fondateur, Charles Lewis Tiffany, en 1886, lorsqu'il a inventé une monture à six griffes qui surélèvent le diamant de l'anneau et le mettent dans la lumière », raconte Melvyn Kirtley. La Monture Tiffany, dont on célèbre donc cette année les 130 ans, est, depuis, devenue une marque déposée. Et c'est après la crise de 1929 que l'importateur de diamants De Beers lance une vaste campagne de publicité (affichage, mais aussi égéries et placement de produits à Hollywood), pour laquelle il invente le slogan : « Un diamant est éternel. » Devenu symbole de l'engagement pur, voici le diamant associé à l'amour. Pour toujours. Crédit : Tim Graham /Getty Et si, parmi les messages véhiculés par les publicités De Beers, il y a cette croyance qu'un homme doit dépenser au moins deux mois de salaire pour une bague, il suffit de jeter un œil à l'étude de deux chercheurs de l'Université Emory, à Atlanta, pour se faire une autre idée. Ils ont démontré que plus le prix de la bague était élevé (plus de 2 000 \$), plus le taux de divorce l'était également. Pour preuve : Richard Burton a offert un joyau de plus de 7 millions de dollars pour se fiancer une seconde fois à Elizabeth Taylor ; ils se sont séparés à nouveau huit mois après, le 1er août 1976. Simple anneau, solitaire, pierres plus colorées... à chacun son style. Jean Cocteau offrit à Raymond Radiguet la bague Trinity (trois anneaux) qu'il venait de créer pour Cartier. Le prince William a offert à Kate Middleton la bague (une marguerite saphir et diamants) de sa mère, Diana. L'or se fait rose « Mais la vraie tendance, aujourd'hui, c'est l'or rose, pour lequel la demande augmente de 30 % tous les mois, affirme la cofondatrice de Gemmyo. Très doux, féminin, il se marie avec de nombreuses pierres colorées. » Il correspond aussi à une autre mode dont parle Brigitte Gy, propriétaire de l'entreprise spécialisée dans les objets et les bijoux anciens Au Vase de Delft : « Les bagues Art déco plaisent beaucoup en ce moment, leur côté aéré, années 30, a beaucoup de charme. C'est ce charme que viennent chercher les jeunes gens qui entrent dans ma boutique pour une bague de fiançailles. » Des jeunes de plus en plus nombreux encore, selon elle, depuis les attentats. (*) Etude Opinion Way pour Gemmyo, réalisée en mars 2014.