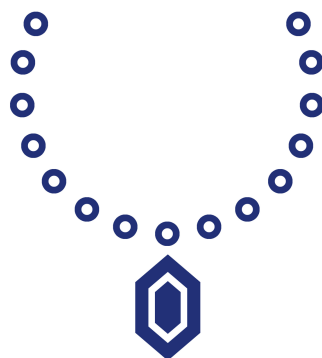


Revue de Presse Made in France

Contact : info@semioconsult.com

BIJOUX

Janvier 2021 – Mars 2021



SémioConsult® est un cabinet de conseil spécialisé en stratégie d'entreprise et en stratégie de marque. Fondé par Anne-Flore MAMAN LARRAUFIE (Ph.D.), le cabinet dispose d'une expertise reconnue à l'international et d'une connaissance fine de la stratégie de gestion des marques, en particulier au sein du monde du luxe. L'entreprise est basée à Paris, Vichy, Singapour et Venise.

Spécialisé en gestion d'image de marque et en sociologie de la consommation, SémioConsult propose un accompagnement complet des marques de la définition de leur identité à l'optimisation de l'expérience-client et au déploiement opérationnel des stratégies définies. SémioConsult est aussi expert en gestion de l'identité de marque face à la contrefaçon et en valorisation du Made In France & Made in Italy.

Il compte dans son portefeuille clients de nombreux institutionnels et prestigieuses marques françaises et italiennes, ainsi que des PME et des entrepreneurs et start-ups.

SémioConsult mène également une activité de recherche et de publication d'articles dans des journaux spécialisés dont certains sont disponibles librement.

www.semioconsult.com

Bijouterie : le site Gemografic passe au circuit court

BRUNO ASKENAZI Le 21/01 à 07:00 Mis à jour à 09:10

La bijouterie en ligne Gemografic propose des bijoux personnalisés. - *Gemografic*

Chahuté par la crise du Coronavirus, le site de bijoux personnalisés Gemografic a changé de fournisseurs artisans. Les nouveaux opèrent à proximité de son siège girondin.

D'origine russe, **Liliya Juhel** défend à sa manière la bijouterie [Made in France](#). **Gemografic**, le site de [e-commerce](#) qu'elle a lancé début 2017, ne vend que des modèles en or et en argent fabriqués dans l'Hexagone. Entièrement digitale, l'entreprise se distingue en permettant la personnalisation du bijou en fonction du lieu de résidence du client grâce à Google Maps.

Trouver des fournisseurs locaux

La crise sanitaire n'a pas remis en cause les convictions de la dirigeante. Mais elle l'a poussé à revoir les relations avec les fournisseurs. « Avec le [confinement](#), les ateliers vosgiens et ardéchois qui me fournissaient depuis l'origine ont fermé. Les livraisons étaient très perturbées. Un problème pour mon activité en ligne qui travaille en **flux tendu, en fonction des demandes et sans stock** », explique-t-elle. Dépourvue de réelle visibilité, elle décide alors de chercher des fabricants en région bordelaise afin de continuer son activité normalement.

Lire aussi :

[Gérer la relation avec les fournisseurs selon Marion Excoffon de Tiwal](#)

En mobilisant son réseau, notamment au centre de formation de bijouterie local (CFA Le Vigean), elle finit par dénicher une petite entreprise artisanale capable de réaliser les tâches les plus importantes : le polissage et le sertissage. Elle trouve également deux

Chahuté par la crise du Coronavirus, le site de bijoux personnalisés Gemografic a changé de fournisseurs artisans. Les nouveaux opèrent à proximité de son siège girondin.

D'origine russe, **Liliya Juhel** défend à sa manière la bijouterie [Made in France](#). **Gemografic**, le site de [e-commerce](#) qu'elle a lancé début 2017, ne vend que des modèles en or et en argent fabriqués dans l'Hexagone. Entièrement digitale, l'entreprise se distingue en permettant la personnalisation du bijou en fonction du lieu de résidence du client grâce à Google Maps.

Trouver des fournisseurs locaux

La crise sanitaire n'a pas remis en cause les convictions de la dirigeante. Mais elle l'a poussé à revoir les relations avec les fournisseurs. « Avec le [confinement](#), les ateliers vosgiens et ardéchois qui me fournissaient depuis l'origine ont fermé. Les livraisons étaient très perturbées. Un problème pour mon activité en ligne qui travaille en **flux tendu, en fonction des demandes et sans stock** », explique-t-elle. Dépourvue de réelle visibilité, elle décide alors de chercher des fabricants en région bordelaise afin de continuer son activité normalement.

Lire aussi :

[Gérer la relation avec les fournisseurs selon Marion Excoffon de Tiwal](#)

En mobilisant son réseau, notamment au centre de formation de bijouterie local (CFA Le Vigean), elle finit par dénicher une petite entreprise artisanale capable de réaliser les tâches les plus importantes : le polissage et le sertissage. Elle trouve également deux autres artisans plus spécialisés. « Tous étaient ravis de m'aider au moment où leurs clients habituels, des bijouteries physiques, subissaient la fermeture administrative », indique l'entrepreneuse de 40 ans.

Liliya Juhel, fondatrice de la bijouterie en ligne Gemografic. - Gemografic

Raccourcir les délais

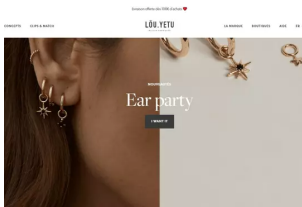
Avoir des artisans à proximité offre de nombreux avantages, notamment en termes de réactivité. Les délais de fabrication ont été raccourcis. « *On est passé d'au moins une vingtaine de jours à 15, voir 8 pour certains type de bijoux* », précise la dirigeante qui peut répondre plus facilement à des commandes urgentes. Le fait d'être en **circuit court** a accéléré le processus de création de la nouvelle collection, dévoilée le 9 novembre dernier. Composée de bagues, collier et bracelets en or, « *cette gamme a été conçue de A à Z avec notre atelier principal de **Bordeaux*** », indique Liliya Juhel, soulagée d'avoir fait le bon choix. Le changement de fournisseurs n'a pas eu d'**impact** sur les prix qui restent accessibles dans l'univers du sur mesure. Pour les modèles en argent, le panier moyen enregistré sur le site est de 214 euros, 2.000 euros pour les bijoux en or.

Après un printemps maussade, l'automne a vu une nette reprise des commandes. La bijouterie en ligne espère rattraper tout le retard accumulé et finir l'année 2020 au même niveau que 2019. En s'appuyant sur un modèle renforcé, elle compte dépasser un million d'euros de chiffre d'affaires en 2022. En attendant, **l'ouverture d'un show-room ou d'un point de vente** est à l'ordre du jour. « *Une présence physique qui nous est demandé par la clientèle* », assure l'entrepreneuse.

Lou.Yetu, un scandale du made in France ?

Sarah N'tsia
JDN

Mis à jour le 22/01/21 15:58



La fabrication française des bijoux de Lou.Yetu est mise en cause depuis la publication de témoignages sur Internet. Une affaire qui révèle l'importance pour les marques digitales d'associer discours marketing et réalité des produits vendus.

C'est un petit séisme qui ébranle l'univers des marques digitales depuis quelques jours. La marque de bijoux Lou.Yetu, créée en 2015, est dans la tourmente après les retours d'expérience d'anciens salariés et stagiaires évoquant un "harcèlement moral" et contestant la fabrication made in France de ses produits. Le compte instagram [@balancetastartup](#), actif depuis décembre 2020 et par ailleurs injoignable, a publié plusieurs témoignages depuis le 19 janvier.

Des bijoux fabriqués en Chine
mais vendus comme « made in
Paris ».

Elle stipule une production 100%
française mais les bijoux viennent
d'Asie pour la plupart (made in
France annoncé car il y a juste un
fermoir rajouté sur une chaîne...) !

Tout est fabriqué en Chine et en Thaïlande et OUI elle achète bien chez ses fournisseurs rue du temple.
La production home made est extrêmement minime, les

Si la boutique en ligne est actuellement "fermée temporairement" d'après la fiche Google My Business de la marque, le compte Instagram de la fondatrice Camille Riou est quant à lui désactivé depuis le 20 janvier. Quant au compte Instagram de la marque, celui-ci a perdu plus de 20 000 abonnés depuis le 20 janvier. Mais qu'en est-il réellement de l'origine française des bijoux commercialisés par Lou.Yetu ? Eléments de réponses.

S'il existe de nombreuses manières de produire un bijou, une ancienne salariée de Lou.Yetu nous a confirmé par écrit que certains bijoux "étaient achetés déjà montés et conditionnés pour être vendus sous la marque." Toutefois, résumer toute l'activité de Lou.Yetu au passage de commandes auprès de grossistes basés à l'autre bout du monde, serait faux.

"Les matières premières qui composent certains bijoux proviennent de partout dans le monde, aussi bien de France, que du reste de l'Europe ou d'Asie", enchaîne l'ex-employée. Car c'est un fait, la France ne dispose pas de tous les savoir-faire en matière de fabrication d'éléments en laiton, d'extraction et façonnage de pierres, de création de design d'estampes etc.

"Même si on se fournit en France, cela ne garantit pas pour autant que la fabrication a bien eu lieu en France. Et cette situation est commune à beaucoup de marques de bijoux", détaille l'ancienne salariée.

Selon la fondatrice d'une marque concurrente, le made in France intégral est de toute façon impossible dans l'univers du bijou. "Certaines matières premières ne sont pas sourcées en France et nous réalisons le plaquage en Espagne, par exemple. Il faut aussi savoir que la création de bijoux coûte cher et dans le monde de l'accessoire, il n'est pas rare de commencer par de l'achat-vente." Comprendre : une marque de bijoux se fournit auprès de grossistes qui ont pour clientes d'autres marques exerçant la même activité. Par conséquent, certains fournisseurs sont donc communs à plusieurs marques. A l'arrivée, les consommatrices peuvent croiser des modèles similaires d'une marque à une autre. Seule différence ? Le prix, et in fine, les marges réalisées par les marques.

Dans la soirée du 20 janvier, @balancetastartup a relayé la réaction de Lou.Yetu. La marque nie toute collaboration avec des grossistes qui livreraient des produits finis sur catalogue.

2/3

Lou Yetu tient à rassurer sur plusieurs points :

Sur la provenance de nos bijoux et nos savoir-faire :

Créée sous la forme d'une auto-entreprise en 2009, notre marque a renforcé progressivement ses standards de fabrication au fil de sa croissance. Depuis 2017, nos produits sont créés et assemblés en France dans notre atelier à Paris. Nous ne travaillons avec aucun grossiste qui nous livrerait des produits finis sur catalogue et encore moins avec des fabricants étrangers de bijoux finis. Certains composants de nos bijoux – pierres, fontes, chaînes – peuvent provenir de pays étrangers mais ils sont transformés et assemblés par nos soins avec nos ateliers partenaires parisiens.

Dans la soirée du 20 janvier, le compte Instagram @louyetuparis a envoyé des captures d'écran "Notes" en guise de communiqué de presse au compte Instagram @balancetastartup. © @balancetastartup

Une journaliste qui nous a certifié avoir visité l'atelier installé dans les locaux parisiens de la marque à l'été 2020, confirme avoir assisté à l'assemblage de bijoux par les équipes. "Je veux bien croire que le ratio concernant les pièces fabriquées en France ne soit pas exact puisque tous les bijoux ne sont pas réalisés dans cet atelier", réagit-elle. D'après l'ancienne salariée de Lou.Yetu, un pôle entièrement dédié à la création et au design existe bel et bien chez Lou.Yetu. "Certains bijoux étaient de création française car conçus et développés dans les bureaux parisiens mais effectivement la fabrication avait lieu en Asie, assure-t-elle. Quant à la fabrication "made in France" en tant que tel, celle-ci n'était pas minime : soudure et dorure par des partenaires parisiens et assemblage dans les locaux de Lou Yetu." Cette dimension "locale" mobiliserait de nombreux postes comme l'indique l'ex-salariée de la marque : gestionnaire de production, chef d'atelier, responsables de la soudure et dorure, contrôleuses qualité, monteuses et une personne pour l'aspect conditionnement.

Quid de la transparence et du discours marketing ?

Ainsi donc, les matières premières nécessaires à la conception des bijoux de Lou.Yetu ne seraient pas toutes d'origine française et certains bijoux, bien que dessinés dans les bureaux parisiens, seraient fabriqués en Asie. Une situation qui serait banale si la communication de la marque était transparente. Sur le [site Internet de Lou.Yetu](#), on peut notamment lire que "13 louves développent les collections de leur dessin jusqu'à la production." La fabrication des bijoux en Asie n'est mentionnée nulle part sur le site.

Depuis 2015, je fais tout pour tenir ma promesse d'offrir des bijoux qui résistent à la vie, fabriqués à Paris. Notre atelier compte maintenant 13 louves qui développent les collections de leur dessin jusqu'à la production. Au bureau, les louves aussi ont rejoint l'aventure et m'aident à faire battre votre coeur au rythme de nos actualités.

Nos bijoux sont fabriqués à la main,
par des artisans. Chaque pièce est
unique, c'est ce qui leur donne « ce
tout petit supplément d'âme ».

L'ex-salariée de la marque expose sa vision : "A mon sens, le problème de Lou.Yetu sur le volet produit réside dans l'orientation de sa communication. La marque a choisi de mettre en avant ce qui touche les consommateurs et ce qui les fait acheter, à savoir le local et l'éthique. Mais est-ce qu'avec tous les éléments, ils auraient acheté chez Lou.Yetu ? Pas sûr." Une chose est certaine, une partie de la clientèle ciblée par Lou.Yetu en quête de transparence et/ou de made in France se sent trahie. Et plus de transparence de la part de la marque aurait sans doute évité la désillusion des consommateurs. "Beaucoup de marques jouent sur l'ambiguïté du made in France avec la dimension de l'assemblage des produits, et ce n'est pas toujours facile de démêler le vrai du faux", affirme l'ex-employée. "L'aspect marketing est non négligeable mais cela n'empêche pas d'être transparent, souligne la fondatrice d'une marque concurrente. Nous ne faisons pas que de la création et nous l'avons toujours précisé à nos clientes via notre site Internet. Forcément nous mettons en avant nos créations sur les réseaux sociaux car c'est plus valorisant pour notre image de marque. De même, nous n'avons jamais dissimulé le fait que nous faisons du produit fini et que nous montons une bonne partie de nos bijoux en France." Ainsi, sur le site de cette marque de bijoux, la provenance des matières premières est

NEWSLETTER QUOTIDIENNE

Entrez votre email



[Voir un exemple](#)

indiquée explicitement et les clientes sont au rendez-vous. Reste à savoir si Lou.Yetu reverra sa copie dans ce sens, à l'ère où les consommateurs n'ont jamais été aussi attentifs à la traçabilité des produits qu'ils achètent. C'est l'une des questions que l'on souhaitait poser à la fondatrice, qui n'a pas donné suite à notre demande d'interview.

Réussite professionnelle: Stéphanie faisait des bijoux dans son kot, aujourd'hui "Tiroir de Lou" emploie 8 personnes

Pauline Laurent, publié le 26 janvier 2021 à 13h18



L'histoire commence il y a plus de 10 ans. Stéphanie est alors étudiante en

(c) Tiroir de Lou

journalisme. *"Je fabriquais déjà des bijoux dans ma chambre de kot. Au départ, il ne s'agissait pas d'un projet professionnel, c'était plutôt expérimental. Ce qui est clair, c'est que j'ai une nature un peu aventurière, j'aime créer, rêver, me dépasser"*, commence-t-elle. Aujourd'hui, Tiroir de Lou compte un atelier et 8 employés. Il collabore notamment avec des partenaires belges *"comme un doreur-fondeur à Anvers"* et *"prison de Forest qui fabrique le packaging"*, détaille-t-elle.

"Dans une journée normale, on a entre 8 et 15 commandes pour 1 à 4 bijoux. On vend en Belgique, France, un peu en Suisse. Parfois on découvre qu'une personne a commandé depuis l'Australie ou le Costa-Rica et ça c'est toujours assez magique", se réjouit Stéphanie.

A close-up photograph of a person's hand holding a small, round, yellow object, possibly a piece of fruit or a small container, against a blurred background. The hand is positioned on the right side of the frame, with the thumb and index finger gripping the object. The object is bright yellow and has a slightly textured surface. The background is out of focus, showing various shades of blue and white, suggesting an indoor setting with some architectural elements.

Marzena Devoud - Publié le 27/02/21

Anne.K est une manufacture familiale comme il en existe peu. En une seule entreprise, elle réunit le travail de la main de l'artiste et de l'ouilleur. Le tout ancré dans une passion pour le savoir-faire ancestral et une conviction que l'art et la foi sont indissociables. Décryptage du secret de fabrication des médailles de baptême d'Anne Kirkpatrick secondée par son fils Bruce.

Cliquez ici pour ouvrir le diaporama

C'est la belle histoire de famille d'une mère artiste et de son fils qui ont fondé ensemble en 2014 une maison de création de médailles de baptême dans le plus grand respect de cette tradition artisanale. Un art qui conjugue le savoir-faire de trois métiers rares : celui de l'artiste médailleur, du graveur et de l'artisan bijoutier qui frappe les médailles. Un processus de création exigeant dans lequel Anne Kirkpatrick excelle. Âgée de 67 ans, cette ancienne institutrice est devenue sculpteur puis artiste médailleur. Secondée par son fils Bruce, elle crée des médailles de baptême uniques, de véritables petites œuvres d'art pleines de grâce et de douceur.



Anne.K

Issue d'une famille où l'expression artistique est une seconde nature, Anne se lance dans la sculpture après avoir été institutrice pendant dix ans en classes maternelles. En 1996, elle a l'opportunité de créer une Vierge pour la place de Rozès, son village dans le Gers. Un pari réussi qui l'amène à se spécialiser dans la sculpture de statues monumentales.

Il y a eu un véritable déclin des médailles de baptême dans les années 60-70. Finalement il a fallu un saut de deux générations pour reprendre le savoir-faire des excellents sculpteurs de médailles du début du XXème siècle, constate Anne.

Elle réalise notamment des œuvres religieuses visibles à Lourdes comme à Paris et même jusqu'au Liban. En 2004, elle décide de se lancer dans la création des médailles de baptême, au sein d'un marché où les nouveautés sont rarissimes ces dernières décennies. « Il y a eu un véritable déclin des médailles de baptême dans les années 60-70. Finalement il a fallu un saut de deux générations pour reprendre le savoir-faire des excellents sculpteurs de médailles du début du XXème siècle », constate Anne.

Quant à son fils, Bruce, informaticien à la trentaine à peine entamée, il monte des entreprises dans différents domaines du web. Un jour, admirant les créations originales de sa mère, il se dit qu'après tout, elle pourrait lancer sa propre signature. Il la motive et lui apporte tout le soutien logistique nécessaire. « En quatre ans, nous avons réussi à monter notre atelier avec du matériel d'occasion dont certaines machines ont plus de 100 ans », explique Bruce.



Anne.K

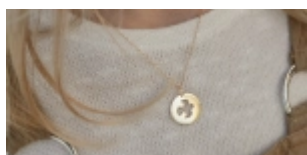
La maison de médailles de baptême Anne.K est née. Mais Bruce ne va pas s'arrêter là. Pour soutenir sa mère et développer leur petite entreprise, il décide de se former lui-même à la gravure, c'est-à-dire au travail de transformation des œuvres d'Anne en matrices d'acier à la taille de la médaille.

Un processus de création exigeant

En effet, les médailles Anne.K suivent de nombreuses étapes de création, de l'inspiration initiale de l'artiste jusqu'à la frappe finale de la médaille. Chaque modèle imaginé par Anne est unique. Le procédé est toujours le même : elle utilise comme support un disque de plâtre plat de 20 cm de diamètre, sur lequel elle monte les reliefs en pâte à modeler.

Une médaille religieuse est vivante, elle raconte une histoire, que ce soit une vierge appelée « Douceur Infinie » ou un ange comme « l'Ange Ezéchiél ».

L'exercice est complexe, car le relief, bien qu'aplati, doit être parfait sous tous les angles et conserver des proportions justes. « Quand je travaille la pâte à modeler, j'aime lui donner une forme comme pour attirer ma pensée vers mes mains. Si la courbe d'un visage m'émeut, je sens qu'il faut la respecter. Lorsque le visage est enfin là, c'est comme si je le reconnaissais », confie-t-elle. Voilà ce qui motive Anne pour qui « l'art, quel qu'il soit, est quelque chose de transcendant ». Pour elle, « une médaille religieuse est vivante, elle raconte une histoire » que ce soit une vierge appelée « Douceur Infinie » ou un ange comme « l'Ange Ezéchiél ».



Lire aussi :

Mode : le retour en grâce de la médaille

Après l'étape de la plastiline (pâte à modeler), qui nécessite plusieurs mois de travail, vient celle du moulage en plâtre. Il lui faudra encore de nombreuses heures pour retravailler minutieusement les angles et les reliefs de chacune de ses créations. C'est alors à Bruce de continuer. A partir du modèle en plâtre fourni par sa mère, il le transforme en moule définitif de résine très dure. Ce moule va passer dans le tour à réduire pour en obtenir une matrice d'acier au diamètre final de la médaille. La matrice est alors confiée à l'un des derniers artisan-bijoutier spécialisé en France. Cet artisan va frapper les médailles qui peuvent être d'or, d'argent ou de vermeil. Depuis le début, par son savoir-faire unique, il leur permet ainsi de proposer des médailles d'une qualité supérieure.

En recherche constante d'anciens savoir-faire, la Maison Anne.K a également acquis la capacité de frapper ses médailles. Elle a donc le rare privilège de pouvoir maîtriser toutes les étapes, depuis la création sculptée en passant par la fabrication des médailles, jusqu'à leur vente.

Une qualité d'excellence 100% française

Chaque médaille est frappée en suivant le même procédé qu'une pièce de monnaie ! En effet, il reste très peu de médailleurs capables à la fois de créer et de fabriquer leurs modèles. Anne.K a fait le choix de proposer des médailles plus épaisses que la moyenne, afin de leur apporter une qualité supérieure et une solidité à toute épreuve. Si Anne.K accompagne ses clients dans le temps, en assurant le suivi et la réparation de toutes ses médailles, les prix sont comparables aux productions industrielles. [Acheter une médaille de baptême](#) chez Anne.K, c'est du sur-mesure avec plusieurs nouveaux modèles par an. Un travail de création fructueux qui surprend la créatrice elle-même : « C'est quelque chose qui m'échappe, mais ce qui est important pour moi, c'est le regard des autres et peut être un début de chemin qui relie celui qui regarde vers Dieu », confie Anne Kirkpatrick pour qui l'art et la foi restent « indissociables ».

Découvrez en images tous les secrets de la fabrication d'une médaille Anne.K :





Par Alexis Chenu

le 05 février 2021

Lancée en 2012, la marque parisienne de bijoux Le Gramme parie sur un minimalisme pur pour conquérir les hommes. Avec 150 points de vente dans le monde et un réseau de boutiques appelé à s'étoffer, l'entreprise emmenée par Erwan Le Louër ne connaît pas la crise.

Rencontre avec Erwan Le Louër, cofondateur de la marque parisienne de bijoux Le Gramme.

The Good Life : *Les hommes portent-ils plus de bijoux aujourd'hui ?*

Erwan Le Louër : Depuis les temps les plus reculés, y compris durant la préhistoire, l'homme a toujours porté des bijoux. Certes, l'époque du romantisme et la recherche d'un modèle de masculinité ont un peu complexifié la tendance, mais la culture du bijou en Italie, en Afrique, en Asie ou au Japon, notamment, est restée forte et déconnectée des genres. Aujourd'hui, en moyenne, un homme sur deux porte un bijou.

TGL : *Comment les avez-vous convaincus ?*

E. L. L. : En 2012, après avoir participé au développement de la licence bijoux Maison Margiela et proposé ma propre marque, JEM, j'ai lancé Le Gramme [*avec son ex- associé Adrien Messié,NDLR*] autour d'une idée simple : une collection de bracelets à l'esthétisme très minimal et inspiré des formes élémentaires... Un segment totalement délaissé par les maisons de joaillerie. Fabriqué en France – à l'exception de la ligne Ruban, produite en Allemagne –, facilement portable, personnalisable à la demande (avec la gravure des initiales) et accessible en prix, chaque bracelet se choisit en fonction de son grammage.



Erwan Le Louër, cofondateur de la marque parisienne de bijoux Le Gramme.

DR

« Les bijoux Le Gramme ont l'esprit rationnel et émotionnel »

TGL : La renaissance du classique, en somme ?

E. L. L. : Le Gramme n'a rien inventé d'exceptionnel, mais notre approche, inspirée du design industriel – ma formation initiale –, est venue ajouter une nouvelle dimension. Créés dans la masse, purs et fonctionnels, les bijoux Le Gramme ont l'esprit rationnel et émotionnel.

TGL : D'abord lancé en start-up, Le Gramme compte aujourd'hui plus de 150 points de vente. Comment s'est construit votre succès ?

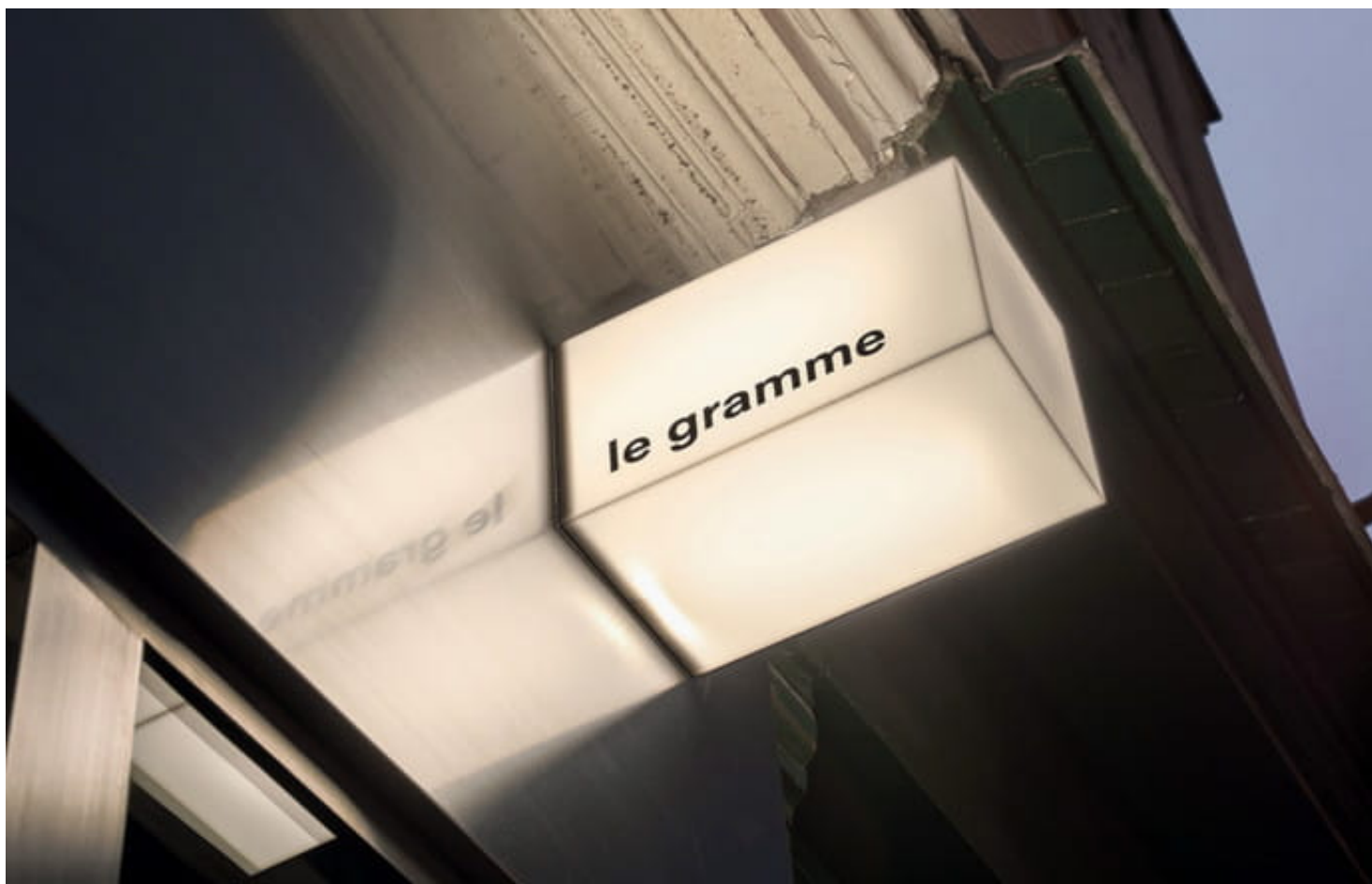
E. L. L. : La marque s'est lancée autour de 5 références seulement, proposées en 3 finitions, dans un présentoir en Corian. Si certains showrooms doutaient de la démarche, progressivement, les plus belles boutiques du monde ont commencé à nous faire confiance : Colette, Opening Ceremony, Dover Street Market. En quatre ans, nous étions

présents dans une vingtaine de pays. Les gens nous trouvaient cool, parce que nous n'avions pas de site ni d'e-shop. Nous étions, à vrai dire, un peu dépassés par l'engouement, mais, depuis, les choses ont changé.

Une seconde boutique

TGL : *Huit ans plus tard, vous vous apprêtez à ouvrir votre seconde boutique...*

E. L. L. : Après une série de pop-up et l'ouverture d'une première adresse en 2019, à Paris, rue Vieille-du-Temple, dans le Marais, nous ouvrirons une deuxième boutique début 2021, rue Saint-Honoré. L'ensemble de nos collections – bracelets, médailles et bagues – s'y retrouvera dans une ambiance au décor millimétré, au milieu des moulures du danseur Germain Louvet sculptées par l'artiste Arnaud Kalos. Notre ambition est d'ouvrir près d'une dizaine de boutiques dans les cinq années à venir. Nous venons d'inaugurer un premier corner au **Printemps de l'homme**, et avons récemment signé un partenariat de distribution avec des bijoutiers-joailliers indépendants dans plusieurs villes, où la marque s'est fait une place entre Dinh Van et Fred.



La boutique de la rue Vieille-du-Temple, à Paris, propose les différentes collections de la marque dans un décor minimaliste et masculin, à l'image de ses créations.

TGL : *A qui ressemblent vos clients ?*

E. L. L. : Ce sont des hommes très différents les uns des autres, urbains en général, portant le costard ou le jogging, tatoués ou pas, souvent sensibles au design, à la recherche d'un premier bijou, collectionneurs ou adorant l'accumulation... Des hommes pour qui les bracelets Le Gramme affirment leur personnalité. Étonnamment, les femmes représentent aujourd'hui 40 % de nos clients.

TGL : *Le Gramme, marque gender fluid donc...*

E. L. L. : En dix ans, le regard sur le bijou s'est transformé. Aujourd'hui, cela ne choque personne de voir un homme porter le bracelet Love de chez Cartier ou le Clou de Paris signé Boucheron. Le style Le Gramme est unisexe et parle à tout le monde.

TGL : *Votre best-seller ?*

E. L. L. : Le **bracelet Câble**. Une pièce pensée à partir d'un fermoir cylindrique minimaliste enrobé d'une coque, que je n'ai pas dessinée, mais qui a été réfléchie directement par nos ateliers et qui s'est imposée naturellement.

Bijouterie inclusive

INTERVIEW DE BLANDINE HOUNYO, FONDATRICE D'UNE BIJOUTERIE GRANDE TAILLE



Par **Lina Maouche**
le 15 février 2021

Si la mode est devenue plus inclusive au fil des années, qu'en est-il des bijoux ? Blandine Hounyo a travaillé de nombreuses années en bijouterie sans pouvoir acheter ni même parfois vendre des bijoux à des clientes sans mise à la taille. C'est ainsi qu'elle fonde sa marque de bijouterie grande taille **Bijoux Grandiose**. Découverte d'une bijouterie inclusive, éthique et made in France.

Rencontre avec Blandine Hounyo, la fondatrice de la marque **Bijoux Grandiose**, adaptée aux tailles habituellement exclues des bijouteries.

FemininBio : On parle souvent de la taille des femmes pour leurs vêtements mais jamais de celle de leurs accessoires et bijoux, comment cela s'explique selon vous ?

Blandine Hounyo : Il y a seulement quelques années, la mode grande taille n'était pas un sujet dont on parlait. Les grandes marques ne se sentaient pas concernées par tout ce qui n'était pas jugé "standard". Alors forcément, lorsqu'on a commencé à parler de la grande taille dans le domaine de la mode, les marques se sont tout naturellement occupées des vêtements. Pourtant, que serait une belle robe de soirée sans la parure qui va avec ou une tenue plus décontractée sans la bague et la manchette adaptées ?

A quel moment et comment avez-vous pris la décision de créer votre propre marque d'accessoires inclusive *Grandiose* ?

J'ai toujours adoré les accessoires de mode. J'ai travaillé 3 ans dans une bijouterie où je ne pouvais pas acheter certains articles car trop petits pour moi. J'avais beaucoup de clientes qui avaient également cette frustration de devoir attendre plusieurs semaines pour une mise à taille. Je me suis rendu compte que je n'étais pas la seule à adorer les bijoux sans en trouver qui allient le rapport taille-qualité-prix-disponibilité. En 2019, pendant mon congé maternité, j'ai voulu faire quelque chose qui avait du sens et j'ai décidé de lancer **Grandiose** pour répondre à un besoin que j'avais et qui concerne plusieurs femmes.

Votre marque *Grandiose* est un concept innovant avec des valeurs de bienveillance, d'accessibilité, etc. que voulez-vous inspirer à toutes les femmes à travers vos bijoux ?

Je souhaite leur inspirer ce que je recherchais moi-même en créant **Grandiose** : qu'elles se sentent belles, qu'elles ne se sentent pas exclues, et que les bijoux **Grandiose** soient la touche de la tenue leur permettant d'avoir pleinement confiance en elles.

>>A lire sur FemininBio : *Adeline, reconvertie de la diététique à la création de bijoux*

Sur quelles "normes" vous basez-vous pour concevoir un bijou grande taille ? Comme pour les vêtements, y a-t-il des tailles et si oui, comment les définissez-vous ?

Effectivement, il y a des tailles spécifiques, surtout au niveau des bagues. Les Françaises font en moyenne une taille 54 en bague. En bijouterie, vous trouvez généralement des bagues jusqu'à la taille 58. Les bagues chez **Grandiose** vont de la taille 60 à 66 et bientôt 68. Aussi, les chaînes et les bracelets sont plus longs que la moyenne pour s'adapter aux morphologies plus fortes sans se sentir compressées.

Vous concevez vos bijoux dans une démarche éthique, quelle est-elle précisément ?

La conception des bijoux se fait soit par des artisanes françaises ou des fournisseurs respectant la réglementation européenne. Ceci me permet de garantir que tous les bijoux sont sans plomb ni nickel. Je travaille par exemple avec une des mes anciennes collègues dont l'atelier de fabrication est basé en Bretagne.

>>A lire sur FemininBio : *Matcha Paris, les bijoux éthiques et véganes*

Quels sont les grands événements et projets prévus pour cette année 2021 ?

Malheureusement, tous les événements auxquels je devais participer sont soit en suspens ou annulés à cause de la crise sanitaire actuelle. Je travaille sur la nouvelle collection qui sortira en 2021 et sur des collaborations avec d'autres artisans français.



(©Grandiose)

Notre créatrice de bijoux :

Blandine, la fondatrice, a travaillé pendant 8 ans en bijouterie et conseillé des centaines de femmes sur le bijou qui leur allait le mieux. Elle a décidé de lancer Grandiose pour proposer une large gamme d'accessoires qui puisse aller à chacune des femmes.

Liens utiles

On achève bien les gros : l'interview zéro tabou de Gabrielle Deydier sur la grossophobie
Bijoux et bien-être avec BYNJ by Nadine Jockers

FOCUS

Gemmyo, le pionnier du bijou en ligne qui veut repousser ses frontières

Gemmyo est la première marque de joaillerie à s'être lancée à 100 % sur le digital il y a dix ans. Elle a ouvert depuis 4 boutiques en France. Elle vise désormais l'international, avec deux inaugurations prévues en Suisse et en Belgique d'ici à 2022. Avec la pandémie, la maison a vu ses ventes bondir de 30 % pour des bijoux made in France.

Les ventes du joaillier Gemmyo ont bondi de 30 % en 2020, avec un panier moyen de 1.200 euros (Gemmyo/Florian Fabry)

Par **Dominique Chapuis**

Publié le 14 févr. 2021 à 9:31 | Mis à jour le 14 févr. 2021 à 10:00

Dix ans après sa création, le joaillier

« online » Gemmyo a réussi son pari. Pionnière sur la Toile, la marque a conquis une clientèle aisée en France et veut désormais répliquer son succès à l'international. Sa notoriété avait explosé en 2014 grâce à une campagne d'affichage dans le métro - un petit chat rose portant une bague sur l'oreille - qui a marqué les esprits.

Son modèle, qui compte aussi un réseau physique, a prouvé sa résistance. Pendant la pandémie, le chiffre d'affaires de Gemmyo a bondi de 30 % malgré la fermeture de ses 4 boutiques pendant trois mois. La marque affiche un résultat d'exploitation de près de 1 million d'euros au titre de l'an dernier. « *Notre travail de création et nos efforts*

Hector & Virgile, du cuir à la création

Aurélie Rodrigo

16 février 2021 - 11:23

Pierre Delesse, artisan d'art et créateur à l'origine de la marque Hector & Virgile, se réinvente. Ce passionné du cuir souhaite laisser libre cours à son imagination, sans pour autant abandonner ses produits iconiques et notamment ses bracelets.



Hector Virgile © Pierre Delesse

Il est fait d'une large bande de cuir coloré, d'un anneau argenté et d'une sangle pour le refermer. Il est le symbole de la marque, son produit phare. Ce bracelet est une invitation « à plonger dans le monde Hector & Virgile où se côtoient mode et artisanat d'art ». Cet accessoire est entièrement conçu par Pierre Delesse, à l'origine de cette marque du sud-ouest où tout est made in France et entièrement réalisé à la main. « Ce bracelet m'a fait travailler pendant plus de dix ans, c'était un produit intemporel. »

D'abord, il a fallu l'imaginer. « Les inspirations me viennent du quotidien. J'ai pris le train il y a deux jours, je regardais les paysages et une idée m'est venue. Il y a aussi les rencontres. Quand je pense à quelqu'un en particulier qui sort un peu du lot, j' imagine quel bracelet je pourrais créer pour cette personne... » Mais designer un bijou, c'est aussi prendre en compte les aspects techniques. « Quel type de cuir travailler ? Tous ceux que nous utilisons proviennent de tanneries locales, Mazamet, Espelette ou Millau. »





© Lucille Montmejat

« Les inspirations me viennent du quotidien »

Et puis il y a d'autres paramètres. « Je m'assure que la création ne soit pas facile à imiter. Je regarde aussi le rapport qualité-prix et la clientèle ciblée » Tant de données qui représentent désormais des contraintes pour Pierre Delesse. Aujourd'hui, cet artisan d'art en quête de renouveau veut donner libre cours à sa formation initiale, la création, sans pour autant abandonner ses séries signature. « Créer du beau et de l'original » « La marque existe depuis 2014, c'est la continuité de ce que je faisais déjà. » En effet, Pierre Delesse était artisan et travaillait sous son propre nom jusqu'à la création de sa marque Hector & Virgile. « Je suis autodidacte. J'ai suivi une école d'art décoratif à Strasbourg, ensuite j'ai bifurqué vers la mode à Nice, une école que je n'ai pas terminée. Mais cela m'a permis de rentrer dans cet univers et je n'en suis jamais sorti. » Il s'est donc penché sur la création d'accessoires : bracelet, ceinture, collier, petite maroquinerie. Mais désormais, la marque opère donc « un virage à 90 degrés » . « J'aime la clientèle que j'ai toujours eue, mais je voudrais maintenant en toucher une autre grâce à la technique que j'ai acquise durant ces trentecinq dernières années. Je veux créer du beau et de l'original, faire ce qui me plaît. » Une renaissance. « 2021 sera véritablement l'année de l'éclosion de la marque avec beaucoup de belles surprises. »

Nous avons testé les bijoux Made in France de Marmottine !

Publié le 05/02/2021 18:17:29 • Modifié le 15/03/2021 10:03:39 par



[Diane](#) - vu 63 fois.

Les bijoux sont les détails qui feront toute la différence dans votre tenue, en effet ils ont le pouvoir de l'habiller, de la sophistiquer ou encore de vous donner un style. Ils apportent un éclat à votre teint et laissent deviner votre personnalité !

Aujourd'hui en partenariat avec [Marmottine](#), nous allons vous présenter les bijoux de **créateurs**, à la fois **tendance** et **Made in France** !

Une marque qui s'engage pour la satisfaction client

[Marmottine](#) est le premier site internet proposant un large choix de bijoux de créateurs français. Il regroupe ainsi des grandes marques mais également des valeurs montantes dans le domaine de la bijouterie fantaisie **haut de gamme**. Le site vous propose ainsi une richesse de produits à s'acheter ou à offrir et figure aujourd'hui parmi les incontournables en matière de bijoux !

Chaque bijou est dessiné et fabriqué par des créateurs reconnus dans des ateliers en France, bénéficiant ainsi d'un **contrôle qualité**. Sur **marmottine.fr** vous trouverez ainsi des idées **cadeaux originales** pour toutes les occasions et vous pourrez également réaliser votre propre création en **personnalisant** le modèle de votre choix, le tout avec un service client efficace et réactif jusqu'à la livraison !

La satisfaction des clients étant leur préoccupation première, tout est mis en œuvre pour que votre expérience soit inoubliable grâce à un suivi particulier pour chaque commande ! Le choix de distribuer des [bijoux made in France](#) est au cœur de cette exigence de qualité, car c'est une garantie de suivi et de sérieux très apprécié.

Des bijoux de haute qualité et personnalisables

C'est pour vous accompagner dans toutes les étapes de votre vie que Marmottine a lancé son **service personnalisé** qui va de la simple gravure d'un prénom à la reproduction d'une empreinte de main d'enfant ou encore à la customisation d'une bague ! Vous pourrez ainsi choisir la typographie et la forme de la gravure mais également la taille du bijou.

En partenariat avec la marque nous avons ainsi pu tester l'une de leurs magnifiques médailles de la marque **Augis**, l'[Arbre de Vie Ajouré](#) en **Or Jaune 18 carats** !

Cette belle médaille en or jaune a une particularité celle d'être ajourée, le dessin de l'arbre apparaissant ainsi en détourné pour un rendu en 3D et très aérien. Gravée du nom de la marque Augis, elle est fabriquée près de Saumur en France. Sur le thème de la **famille** représentant l'arbre de vie. Elle symbolise la force de la vie ainsi que ses origines, c'est donc le cadeau idéal pour l'un de vos êtres chers à qui vous souhaitez démontrer votre amour !

La médaille ronde en or de jaune de 18 carats a un diamètre de **15mm**, pèse environ **0,85gr** et est livrée dans un bel écrin de la marque, prête à être offerte !

Complètement conquise par la beauté de cette médaille, je l'ai directement ajoutée à mon collier en or que je n'enlève jamais, je dispose maintenant d'un **bijou indémodable** avec une énorme signification que je pourrais longtemps porter à mon cou. D'excellente qualité, je n'ai pas besoin de l'enlever pour prendre ma douche, et avec son style discret elle se marie avec toutes mes tenues, que ce soit une tenue plus classe pour le travail ou une tenue plus décontractée ! Cette médaille bien que classique apportera de la **modernité** à votre tenue grâce à son design ajouré.

Où passer commande ?

On est aujourd'hui le 14 Février, c'est la Saint Valentin et vous avez oublié d'acheter un cadeau à votre âme-sœur ou au contraire vous recherchez déjà en avance le cadeau idéal pour la fête des mères, rendez-vous sur marmottine.fr et vous y trouverez certainement votre bonheur !

Bon shopping !

Pierres de naissance, cristaux... rencontre avec Maison Romae

Anne-Sophie Mallard • Le 17 février 2021



Des colliers en cristaux *made in France* aux bougies pierre de naissance, zoom sur ce nouveau nom à suivre.
Maison Romae / Photo presse

Des colliers en cristaux *made in France* aux bougies calibrées selon les pierres de naissance, rencontre avec la passionnée de minéraux qui se dissimule derrière Maison Romae.

Si elle bat au tempo de l'horlogerie suisse depuis son plus jeune âge, Éléonor Picciotto, fille d'un des plus grands chasseurs de talents horlogers, a toujours cultivé une seconde passion pour les pierres. C'est d'ailleurs en remontant la piste de nouveaux créateurs de bijoux pour son site The Eye of Jewelry qu'elle se retrouve il y a deux ans au beau milieu du désert de l'Arizona. Une escale sous le soleil brûlant de Tucson, là où passionnés et acheteurs de la Place Vendôme achètent leurs spécimens rares pour les collections à venir.

«J'ai commencé à y acheter des pierres en me disant que je les utiliserai un jour», se souvient Éléonor Picciotto. Là-bas, elle aiguise son regard en découvrant qu'il peut exister jusqu'à 75 types de turquoise différente et commence une collection qu'elle étoffera ensuite à Genève. Mais c'est lors d'un passage à Chamonix qu'elle va penser son premier bijou : un éclat brut collecté aux beaux jours uniquement dans les Alpes françaises par des cristalliers aguerris.

Pierres de naissance



Bougie Maison Romae en turquoise pour les natifs du mois de décembre, 290 €. Disponible sur Maisonromae.com
Maison Romae / Photo presse

Un premier bouche-à-oreille qui lui ramène sa collection de pierres à l'esprit. « Lorsque j'ai vu que le mot pierre de naissance pouvait être cherché plus de 400.000 fois sur le Google US, j'ai réalisé qu'il y avait un créneau à prendre », poursuit-elle. Aux côtés des colliers cristaux et des straps de lunettes / masques en perles, le troisième pilier de la maison tournera autour d'une bougie personnalisée. Deux senteurs, l'une plus *baby* au musc et amande, quand l'autre se veut plus boisée, entre cannelle, orange sanguine et ambre. Au fond vient se nicher une pierre qui correspond au mois de naissance de la personne choisie : turquoise en décembre, grenat en janvier, malachite en mai...

Des pierres de taille tournant autour des deux carats qu'elle a pris le temps de tester au contact de la cire végétale avant de les laisser reposer au fond du pot, n'attendant plus que d'être recueillie une fois la bougie consumée grâce au kit prévu à cet effet. Une jolie idée de cadeau qui a d'ailleurs attiré l'attention du Bon Marché pendant les fêtes de fin d'année et que l'on retrouve désormais en ligne, mais aussi à Megève ou chez Montaigne Market Saint-Barth.



Strap en pierres Maison Romae. Disponible sur Maisonromae.com
Maison Romae / Photo presse

REPORTAGE. Dans le laboratoire qui fait pousser des diamants

S'ils restent éternels, les diamants peuvent désormais être fabriqués en laboratoire. Nous sommes entrés dans celui de Diam Concept, start-up du futur.



La plasmicienne Alix Gicquel contrôle régulièrement la croissance des diamants à l'intérieur des réacteurs. | DANIEL FOURAY / OUEST-FRANCE

Ouest-France

Publié le 14/02/2021 à 08h15

Abonnez-vous

La piste du diamant de synthèse mène en banlieue parisienne, aux Loges-en-Josas, dans les Yvelines, où travaille la scientifique Alix Gicquel. Cette spécialiste des plasmas a fondé la start-up Diam Concept, devenue, fin 2020, avec l'appui du centre d'innovation du groupe Air Liquide, le premier laboratoire de diamant de synthèse dédié à la joaillerie en France. Dans ces grands locaux sécurisés, la chercheuse dirige une équipe d'une dizaine de personnes, de jeunes ingénieurs pour la plupart. Dans le monde, une petite vingtaine de laboratoires produit des diamants pour la joaillerie. Il existe aujourd'hui deux façons, bien

distinctes, de les fabriquer : par « Haute pression Haute température » ou par « CVD plasma », comme le fait Alix Gicquel. À partir de ces techniques, chaque laboratoire a ses propres méthodes, gardées farouchement secrètes. **« Nos diamants sont de la même matière que les diamants naturels, ils ont la même structure cristalline. Nous sommes une mine, mais technologique. »**

Des pierres blanches et de couleur

« La production est assez lente. Pour un diamant blanc d'un carat, il faut compter environ un mois de pousse » explique la plasmicienne. Et cette production n'est pas sans aléas : tous les diamants cultivés ne sont pas forcément exploitables, il peut y avoir des pertes.

Le diamant blanc est le produit de prédilection de la joaillerie, mais Alix Gicquel en produit aussi de couleur rose, champagne, cognac... Il n'y a aucune limite de taille. La scientifique se concentre cependant sur du 0.7 à 2 carats, **« des tailles classiques, pour lesquelles il y a de la demande. Le reste se fait sur commande. »** Enfin, chaque diamant est accompagné d'un certificat, qui atteste de sa provenance et de sa qualité.

Équipée de quatre réacteurs, la start-up en aura six à terme, avec pour objectif de produire 1 500 diamants cette année, soit plus de 100 par mois. À l'échelle mondiale, on estime que les laboratoires fabriquent 3 à 4 millions de carats par an, contre 150 millions pour les mines.

Soutenue par le [joaillier Courbet](#), la plasmicienne compte développer sa filière de diamant 100 % made in France, et se prépare à une augmentation de la demande dans les années à venir. **« De plus en plus de monde s'y intéresse, jamais il n'y a eu un tel engouement par le passé. C'est maintenant que tout se joue pour le diamant de laboratoire. »**

La recette du diamant de synthèse

Voici comment la magie opère :

- Tout part de germes, c'est-à-dire des petites plaquettes de cristal, fabriquées en laboratoire. Elles sont carrées, très fines et font entre 5 et 10 mm de côté.
- Ces plaquettes sont mises dans un réacteur, une boîte noire semblable à un gigantesque four micro-ondes.

- À l'intérieur du réacteur, le vide est fait, puis des gaz sont incorporés : beaucoup d'hydrogène et de méthane. Le but de cette opération est de recréer le processus qui, dans la nature, donne naissance à un diamant.
- Les atomes de carbone viennent alors se déposer sur les germes de diamant, qui grandissent et poussent en hauteur.
- Après plusieurs semaines, on obtient des bruts de diamants, sous forme de petits blocs, dont la taille, la couleur et la pureté dépendent des conditions de croissance.
- Lorsqu'ils sortent des réacteurs, les bruts de diamants passent au laser afin de retirer la couche noire qui les entoure : le polycristallin. Le diamant est isolé et analysé par des appareils qui permettent d'évaluer sa qualité.
- Dernières étapes : le polissage puis l'analyse de la pierre par la gemmologue Véronique De Beaumont. Elle définit les tarifs selon le cours des prix et la qualité de chaque pièce.
- Pour finir, les diamants sont envoyés dans un atelier de tailleurs français.

Alix Gicquel, scientifique visionnaire

Alix Gicquel et le diamant de synthèse, c'est l'histoire d'un coup de foudre. Cette chercheuse étudiait les plasmas (les gaz ionisés) depuis plusieurs années, quand en 1987, elle assiste à une conférence au Japon. « **Pour la première fois, il était rapporté que l'on pouvait élaborer des diamants avec les plasmas. Je me suis dit : c'est le sujet de ma vie.** » Dans la foulée, la plasmicienne entame des travaux sur les diamants de synthèse aux États-Unis, pays précurseur en la matière. « **À l'époque, on était parmi les premiers à s'y intéresser.** » De retour en France, elle devient enseignante chercheuse au CNRS, ce qui lui permet de créer, en 1990, une équipe de recherche. Dans les années 2000, Alix Gicquel est à contre-courant de ce qui se fait, l'une des seules à faire des études autour du plasma. Après trente ans d'expériences et de recherches, elle lance en 2016 les bases de la [société Diam Concept](#), avec la conviction que le diamant de synthèse est destiné à la joaillerie. Une histoire de passion et de volonté, pour celle qui avait vu, avant les autres, tout le potentiel de cette pierre.

Partager cet article [fermer](#)

 La plasmicienne Alix Gicquel contrôle régulièrement la croissance des diamants à l'intérieur des réacteurs.

REPORTAGE. Dans le laboratoire qui fait pousser des diamantsOuest-France.fr



Industrie

[Direct éco](#)[BPI France](#)[Ces entreprises recrutent près de chez vous](#)

L'invitée du matin

« Brigitte Macron portait nos manchettes » : les bijoux ardéchois Les Georgettes dans la boutique de l'Élysée

Par Étienne GENTIL (Montage Mégane GILLET) - 01 mars 2021 à 07:25 | mis à jour à 17:41 - Temps de lecture : 1 min

La marque française de bijoux, Les Georgettes by Altesse, s'est associée avec l'Élysée pour sa nouvelle collection de manchettes.

C'est encore et toujours au Cheylard, en Ardèche, que ces bijoux faisant la part belle au palais présidentiel et aux symboles de la République, sont et seront fabriqués. Céline Guilhermet, créatrice de la marque, raconte les coulisses de ce partenariat.

Start-up

58 Facettes: la joaillerie de créateurs 100% made in France

Par Challenges.fr le 25.03.2021 à 09h00

Lecture 2 min.

58 Facettes propose des sélections de bijoux d'artisans joailliers et de créateurs, le tout 100% Made in France. Cette start-up fait partie de la sélection "100 start-up où investir en 2021" de Challenges.



Manal Paris x 58 Facettes

58 FACETTES

Capitaux recherchés: 400.000 euros

C'est en cherchant une bague de fiançailles de créateur, unique, sur Internet que le créateur de 58 Facettes, **Alexis Blez**, 33 ans, a reçu l'éclair du créateur d'entreprise. "Un parcours du combattant", dit cet ancien de la banque d'affaires JPMorgan, qui s'est associé à **Eric Thevenet**, 33 ans, ESCP Europe, passé par Rakuten et Alibaba. "La France est reconnue dans le monde entier pour son savoir-faire en joaillerie, mais il est difficile de s'y retrouver entre les différentes maisons et les créateurs indépendants". L'idée? Un site de référence qui mette en valeur des bijoux hauts de gamme, signés par des créateurs, 100% made in France. Et des bijoux d'occasion signés des grandes maisons de joaillerie partout dans le monde. A la clé, des accords de partenariat avec les joailliers qui mettent leurs pièces en ligne et gèrent leur offre. 58 Facettes y ajoute une vérification, du marketing et de la visibilité. Elle perçoit en retour une commission de 15 à 20%. "Beaucoup de joailliers ont leur site mais se rendent compte qu'il est compliqué de le rendre performant", explique Alexis Blez. "Ils voient 58 Facettes comme un nouveau canal de distribution."

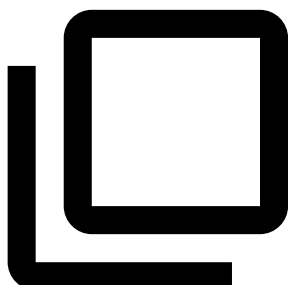
Le client est mûr pour acheter des bijoux en ligne, assure Alexis Blez, s'il dispose de quelques garanties, comme un retour gratuit s'il change d'avis et une remise à la taille du doigt sans frais durant six mois. Il le fait de plus en plus, notamment aux Etats-Unis, et le confinement a accéléré la tendance. Ouvert en juin 2020, 58 Facettes abrite déjà une centaine de créateurs français qui dessinent et font produire, ou travaillent en sous-traitance pour des grandes marques, et a enregistré 70.000 euros de chiffre d'affaires.

58 Facettes, qui rassemble cinq personnes, propose aujourd'hui en ligne 2.800 bijoux, vise l'équilibre à trois ans, une petite place sur un marché français très fragmenté de 3,5 milliards d'euros par an et rêve d'export en Russie ou en Chine.

L'ACTU NEWS DE STARS

Brigitte Macron : son joli coup de pouce à une créatrice de bijoux et au made in France

Oriane Theodose | jeu. 04 mars 2021 à 22h24 - Mis à jour le jeu. 04 mars 2021 à 22h38



VOIR LE DIAPORAMA

@BESTIMAGE

Brigitte Macron est une fan de manchettes. La première dame a d'ailleurs été à l'initiative d'un partenariat entre le palais de l'Élysée et un célèbre fabricant de bijoux.

A propos de





Brigitte Macron

Emmanuel Macron

Ce n'est **un secret pour personne**, Brigitte Macron accorde une grande importance à son look. L'épouse d'Emmanuel Macron tient d'ailleurs à allier chacun de ses styles avec une jolie manchette au poignet. Un bijou délicat, généralement signé du fabricant nommé *Les Georgettes*. Une entreprise désormais **partenaire du palais de l'Élysée**. Et ce, grâce à la première dame. Céline Guilhaumet, créatrice de la marque, a raconté comment elle est entrée en contact avec Brigitte Macron. "*Ce sont eux qui sont venus nous voir. **Brigitte Macron connaissait la marque***", a-t-elle confié auprès du Dauphiné. "*Elle avait eu une manchette Georgette. Elle l'avait reçue en cadeau avant l'élection d'Emmanuel Macron*".

Céline Guilhaumet a ensuite expliqué qu'un de ses collaborateurs avait "*rencontré Emmanuel Macron lorsqu'il était ministre de l'Économie et il lui avait remis une manchette*". Ensuite, "*Emmanuel Macron est devenu président puis l'a portée*", ce qui a apporté une grande visibilité à la société. L'entreprise a ensuite été approchée pour **réaliser des modèles** pour le palais de l'Élysée. "*On a trouvé ça intéressant parce que c'était un moment où on pouvait mettre en avant le made in France, ainsi que notre engagement par rapport à la fabrication RSE*". Une aubaine pour *Les Georgettes*.

Brigitte Macron et sa bague fétiche

Si Brigitte Macron sort rarement sans sa manchette, il y a un bijou dont elle ne se sépare jamais : **l'alliance de sa sœur aînée**, décédée alors que la première dame avait huit ans. "*J'étais la dernière d'une fratrie de six enfants. Ma grande sœur s'est tuée dans un accident de voiture, avec son mari, et l'enfant qu'elle portait*", avait-elle déclaré au magazine *Elle*, avant d'expliquer la raison pour laquelle ce bijou l'accompagnera pour toujours : "*Elle est avec moi tous les jours de ma vie*".

Brigitte Macron: On vous dit tout sur ce bijou qui veut dire beaucoup! Gros coup de pouce à cette créatrice "made in France"

Durant tout le quinquennat de son époux, Brigitte Macron fait bonne figure. Toujours le sourire et lumineuse, on découvre également qu'elle sélectionne sa garde-robe et accessoires avec soin. On fait le point !



Deborah Attias

il y a environ 23 jours

(07/03/2021)



Source : REUTERS / Pool / Christian Liewig

Brigitte Macron est une femme qui a du goût. Tant au niveau de ses choix vestimentaires que ses parures de bijoux. On vous dit tout !

Brigitte Macron, une femme dans l'air du temps

Un coup de foudre

Brigitte Macron a eu plusieurs vies. Tout d'abord, elle est la mère de trois enfants devenus grands. Sébastien, Laurence et Tiphaine (1984). Aujourd'hui, elle est même une mamie comblée puisqu'elle a sept petits-enfants. Dès lors, on a longtemps écrit sur son coup de foudre envers l'actuel président. Tout se passe en mai 1993 lorsqu'elle effectue des cours de théâtre dans le lycée où elle travaille. Certes, elle s'y sent bien, mais cette rencontre va tout remettre en question.

À l'époque, c'est un jeune adolescent plein d'avenir. Très intelligent, on le remarque presque tout de suite vu l'étendue de ses connaissances. Aussi, il y a un sentiment de gêne qui s'installe vis-à-vis de ses camarades. En seconde avec lui, Laurence le définira ainsi à sa mère *"un fou qui sait tout sur tout"*. Donc, pour rester le meilleur, il devient omniprésent et multiplie les échanges avec le corps enseignant. C'est pourquoi, lorsqu'il propose à Brigitte Macron d'adapter *L'art de la comédie* sur scène, c'est une révélation. De leurs séances de travail, elle gardera des souvenirs enchantés. *"On écrivait tous les deux le vendredi soir et, à partir du samedi, j'attendais le vendredi. Je ne comprenais pas pourquoi. Cela me paraissait tellement insensé."*

Très vite, on regarde d'un d'autre d'œil ce duo atypique. Dans une petite ville, les rumeurs peuvent rapidement prendre de l'ampleur et détruire tout sur leur passage. Heureusement, déjà très mature, Emmanuel Macron a tout su la rassurer sur leurs sentiments naissants. À peine deux ans après leur rencontre, une double décision s'impose. D'une part, Brigitte Macron change d'établissement. Quant à son jeune éphèbe, il va rejoindre le prestigieux lycée Henri IV pour y passer son baccalauréat et le reste de ses études secondaires. À son départ, il lui déclare *"Vous ne vous débarrasserez pas de moi, je reviendrai et je vous épouserai !"* Obstiné, il tient sa parole. Après un divorce compliqué, Brigitte Macron lui dit oui le 20 octobre 2007 au Touquet-Paris-Plage.

Comment gère-t-elle l'ambition de son homme ?

Dès qu'il quitte son poste de banquier pour devenir ministre de l'Économie et des Finances, on devine qu'il a un grand potentiel. Du reste, c'est François Hollande qui lui donne sa chance. En guise de retour, quelques années plus tard, il lui prend

sa place à l'Élysée. La légende est née. Depuis toujours, elle sait que de grandes choses l'attendent. Son seul projet est de servir les Français comme jamais. Elle précise sa pensée *"Je n'ai aucun doute, je sais comme il s'est préparé, comme il a travaillé, je connais sa volonté de réformer"*.

Quant à sa place à ses côtés, voici comme Brigitte Macron la définit *"Si je sens un jour que ma présence est compliquée pour sa présidence, je m'effacerai. Je serai toujours à ses côtés évidemment, mais en retrait."* À vrai dire, à peine un an avant l'élection présidentielle, ils vont commettre une erreur de débutants. Leur entretien au magazine *Paris-Match* est mal perçue par l'opinion. De leur propre aveu, *"c'est une bêtise, une bêtise qu'on a faite ensemble."*

Une fois au pouvoir, des épreuves inattendues vont souder encore plus leur amour. *Objeko* pense notamment aux nombreuses manifestations des *Gilets Jaunes*. Le jour de Noël 2020, Brigitte Macron apprend qu'elle a contracté le coronavirus. Obligée de vivre séparément de son époux pendant quelque temps, ils deviennent un exemple de détermination. Les [retrouvailles](#) seront d'autant plus magiques !

Jamais sans ses bijoux !

Dans chacune de ses apparitions ou bien de ses déplacements, Brigitte Macron illumine tout sur son passage. Aussi, on analyse son apparence de la tête aux pieds. Il faut dire que François Hollande était divorcé pendant son mandat. Donc, elle a dû réinventer le rôle de Première Dame. Cependant, une anecdote va venir confirmer son amour pour les belles choses.

Offerte il y a quelques années, elle adore porter sa manchette Georgette. Fabriquée en France, elle montre bien les énormes capacités de notre industrie. Quant à son époux, il en reçoit aussi une des mains de l'un de plus proches collaborateurs. Cette double visibilité est un argument de vente précieux pour l'enseigne. Aujourd'hui, on la sollicite pour en fabriquer en série limitée pour l'Élysée. Ravie, la gérante déclare *"c'était un moment où on pouvait mettre en*

avant le made in France, ainsi que notre engagement par rapport à la fabrication RSE”.

On dit souvent que les bijoux sont les meilleurs amis de l’homme. Pour Brigitte Macron, l’alliance qu’elle porte possède une valeur hautement symbolique. Elle appartient à une personne chère à son cœur *“J’étais la dernière d’une fratrie de six enfants. Ma grande sœur s’est tuée dans un accident de voiture, avec son mari, et l’enfant qu’elle portait”* Plus que jamais, elle l’accompagne à chaque instant !

[Art / Design](#) [Articles](#)

Découvrez les bracelets en verre et made in France Michaël Vessière

Le Dimanche 7 Mars sera le jour de la fête des grands-mères ? Et si pour une fois, vous lui offriez autre chose que des fleurs ? Comme un magnifique bracelet en verre, made in France ?

Article Partenaire 4 mars 2021 Dernière mise à jour: 28 mars 2021 0 2 minutes de lecture



Crédit photo : Michaël Vessière

Dans moins de 10 jours, il vous faudra penser à votre grand-maman, car le 7 mars, ce sera sa fête ! Une fleur ? Des chocolats ? Et si vous étiez un peu plus originaux avec un cadeau artisanal qui viendrait d'une grande maison verrière française ? Découvrez le savoir-faire et la beauté des bracelets de la maison « Michaël Vessière », **maîtres-verriers** depuis 1882 en Lorraine.

La Lorraine, berceau du cristal de Baccarat et de cette entreprise qui propose des créations uniques. Les bijoux sont fabriqués en collaboration avec des verriers lorrains... Plusieurs styles, plusieurs tons, mais tous d'une qualité exceptionnelle. Découverte !

Pourquoi choisir un bracelet ?

Le bracelet est un petit bijou qui peut se porter au quotidien, que l'on peut contempler bien plus qu'un pendentif. Il est un peu le symbole de l'affection que l'on porte à celui ou celle qui le reçoit. Choisir **un bracelet made in france**, c'est choisir la fabrication française d'un art verrier considéré comme désuet ou inaccessible.

Une simple perle de verre colorée ou de forme originale traduit le sentiment d'appartenance à un clan, à une famille. Quoi de mieux qu'un bracelet pour exprimer notre attachement à nos grand-mères... Depuis un an, ces femmes souffrent du manque de leurs petits-enfants, alors pour tenter de resserrer ces liens quelques peu distendus, quoi de mieux qu'un joli bracelet... Ou un coffret duo, pour un lien encore plus indestructible ? Et il n'y a que l'embarras du choix sur le site **Michaël Vessière** !

Le bracelet Mirabelle de Lorraine



Crédit photo : Michaël Vessière

Notre coup de coeur est pour le bracelet Michaël Vessière intitulé « **Mirabelle de Lorraine** » comme un hommage à cette région de France. La Mirabelle, c'est le symbole de la Lorraine ! La perle est entièrement faite main, au chalumeau et glissée sur un cordon réglable garanti à vie. La Lorraine c'est 15 000 tonnes de mirabelles chaque année... Un fruit que fait la fierté de la région, alors le porter au poignet serait un bel hommage à cette région, que vous en soyez natifs ou pas d'ailleurs ! Il est absolument magnifique ! Il n'y a plus d'hésitation à avoir, sauf dans le choix du modèle, mais c'est magnifique, Made In France, durable... Bref, le cadeau idéal à offrir ou à s'offrir d'ailleurs ! (Bracelet Mirabelle de Lorraine : 34€, existe en 4 tailles)

Le bracelet énergie chakras



Crédit photo : Michaël Vessière

Ce bracelet vous veut du bien ! Alors pourquoi ne pas l'offrir à votre grand-mère ce dimanche. Le bracelet **énergie chakras** va rééquilibrer votre énergie et pourrait agir sur votre subconscient. Si des milliers de bracelets chakras nous viennent de l'étranger, celui-ci est bien Made In France, fabriqué à Nancy, dans la lignée des verres Charles Schneider.

- La pierre bleue pour la sagesse de l'esprit
- Le rouge pour l'argent et/ou le travail
- La verte pour l'amour et la santé

Les pierres sont passées sur un cordon de satin noir, réglable.... (44€ / Existe en 4 tailles)

Le bracelet Trésor d'Argent-Bleu



Crédit photo : Michaël Vessière

Le bracelet **Trésor d'Argent Bleu** est particulièrement représentatif du talent de l'artisan verrier lorrain. Le talent couplé à des baguettes en verre, et une feuille d'argent donne ce fabuleux résultat. Les pierres bleues translucides passées sur le cordon en satin seront de plus bel effet, dans la vie de tous les jours ou en soirée... Le Trésor d'Argent Bleu, c'est la fierté de porter un bijou français au poignet ! (44€ / Existe en 4 tailles)

DANS ARDÈCHE NORD, ENTREPRISES Par **La Rédac**

Des Georgettes à L'Elysée

Date de publication

16 2021

[Partager sur Facebook](#)[Partager sur Twitter](#)[Partager sur Whatsapp](#)[Partager sur LinkedIn](#)

Le Cheylard : Créée en 2015 par le groupe Altesse, la marque française Les Georgettes, connue pour son concept unique de bijoux aux cuirs personnalisables et interchangeables, s'associe avec l'Élysée pour créer une collection capsule unique de 3 manchettes.

C'est à travers un voyage unique au cœur des terres ardéchoises et bretonnes que cette collection est confectionnée avec amour. En prônant les valeurs du Made In France, Les Georgettes s'engage aujourd'hui au côté de l'Élysée afin de valoriser l'importance de consommer français. Cette capsule s'inspire à la fois de l'architecture unique qu'offre le Palais de l'Élysée et des symboles emblématiques de la République pour donner naissance à 3 inspirations qui se complètent.

La vente de chaque produit participe au financement des rénovations du Palais de l'Élysée. Cette capsule sera uniquement, commercialisée en France, et ce pendant un an, à partir du 22 avril 2021, à la boutique de l'Élysée mais également chez les revendeurs, grands magasins, boutiques et sur l'e-shop de la marque.