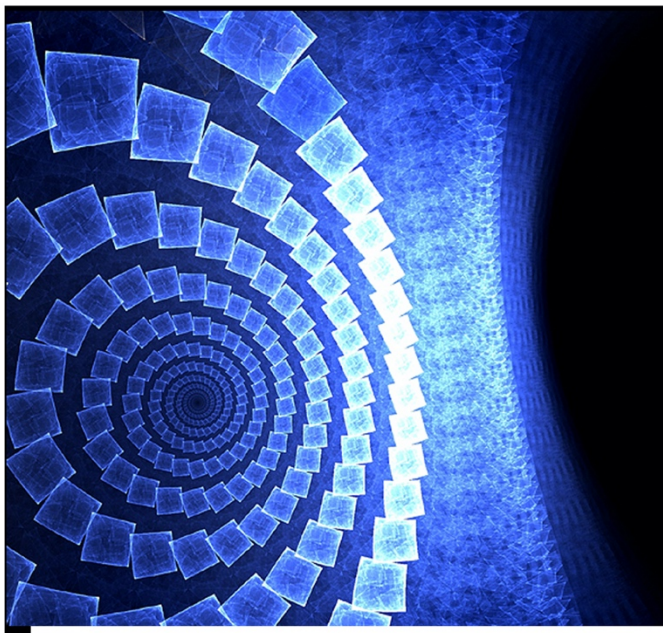


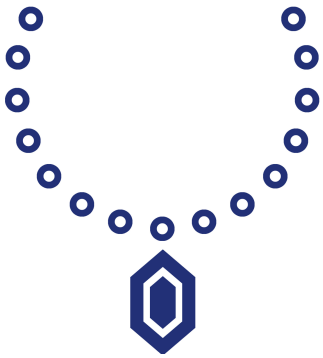
SÉMIO CONSULT®

Revue de Presse Made in France

Contact : info@semioconsult.com

BIJOUX

Avril 2021 – Juin 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

18 avril 2021

Gemografic : le bijou qui cible vos émotions !

in ACTUALITÉS

Fondée en 2016, la marque Gemografic tire son nom de la contraction de trois mots : gemme, émotion et géographie.

Les bijoux symbolisent une carte géographique sur laquelle un diamant marque un moment précieux de votre vie, un concept encore inédit dans l'univers de la joaillerie. Liliya Juhel, fondatrice de la marque de joaillerie, nous dévoile cette marque « made in France ».

Comment vous est-il venu l'idée de créer une marque de bijoux ?

Liliya Juhel : L'idée m'est venue le jour où j'ai reçu mon cadeau d'anniversaire de mariage. Mon mari m'a raconté que ce n'était pas évident de trouver un cadeau à la hauteur de son intention, puisqu'un anniversaire de mariage c'est quand même un moment très fort pour lequel on a vraiment envie d'offrir un bijou très symbolique. Je me suis alors dit qu'il ne devait pas être le seul dans ce cas-là. C'est pourquoi, je me suis demandée ce qui me ferait plaisir comme bijou romantique, personnel à la hauteur de ce qu'il raconte. C'est comme cela qu'est née Gemografic.

Qu'est ce qui caractérise votre marque ?

Liliya Juhel : Une approche très innovante et moderne de la joaillerie qui célèbre les moments importants de la vie grâce à cette nouvelle façon de créer des bijoux sur mesure. Gemografic géolocalise en quelque sorte vos plus beaux souvenirs grâce à une technologie que nous avons mise en place avec Google Map.

Vous aviez de la famille dans le métier ?

Liliya Juhel : En effet, nous avons un héritage familial avec des bijoutiers dans ma belle-famille qui date de 1909. Aujourd'hui, je suis fière de faire perdurer cette tradition grâce à l'alliance de l'innovation et de l'artisanat. C'est la raison pour laquelle nous sommes très attachés au Made In France et, plus particulièrement, au Made in Bordeaux puisque nous sommes en partenariat avec trois ateliers bordelais.

Comment confectionnez-vous vos bijoux?

Liliya Juhel : À nos débuts, nous avons travaillé avec un atelier dans les Vosges et également avec un atelier sur Paris. Mais depuis le premier confinement, nous avons complétement repensé notre mode de fabrication car, malgré le fait que ce soit en France, cela a impacté notre délai de fabrication. Dès lors, nous nous sommes dit que nous devions nous recentrer d'avantage avec l'idée de proximité. C'est pourquoi, depuis un an, nous avons confié la fabrication de nos bijoux aux artisans locaux et cela se passe très bien.

Quels matériaux utilisez-vous?

Liliya Juhel : Nous travaillons uniquement l'or 18 carats et l'argent 925, afin de rester dans les codes de la joaillerie. De plus, sur chaque collection, nous avons un diamant qui symbolise l'emplacement important que choisit la personne. Si l'on prend par exemple, la collection Land, nous avons un pointeur avec un diamant qui est positionné sur le lieu symbolique et précieux. C'est aussi ma volonté de symboliser chaque histoire par cette pierre mythique.

Quelle est la gamme de prix de vos créations ?

Liliya Juhel : Dans la collection Horizon, nous avons un bijou en argent dont le prix de départ est de 180 euros avec des finitions joaillerie. C'est un bijou qui plaît beaucoup et vise une clientèle un peu plus jeune à la recherche d'un présent très symbolique. Ensuite, pour les bijoux très travaillés, comme par exemple le collier de la collection Land, le prix peut aller jusqu'à 1000 euros, en fonction des finitions choisies.

Quels sont vos projets pour cette année ?

Liliya Juhel : il y a quelques mois, nous avons lancé notre collection Fascinante, ornée de pierres fines et précieuses. Nous avons voulu exprimer notre créativité et celle de nos ateliers en proposant des bijoux en hommage aux différentes facettes des femmes. D'autre part, nous avons un projet en cours, que je dévoilerai très prochainement sur nos réseaux sociaux, à suivre donc…

Interview réalisée par Elora Teixeira, supervisée par Kyra Brenzinger dans le cadre du Bachelor Luxe 1 – Groupe EAC-ING Paris

Pour en savoir plus :

contact@gemografic.com

www.gemografic.com

Instagram : gemografic

Aglaïa & Co, un petit bijou marseillais engagé serti de créativité et de solidarité

Par Narjasse Kerboua *14 mai 2021*

Matériaux bio-sourcés et recyclés, maroquinerie vegan, coton bio certifié… La jeune marque marseillaise Aglaïa & Co veut sublimer l'artisanat local au travers de ses créations originales et intemporelles. Partenaire de différentes associations, comme la Fondation Nicolas Hulot, elle s'engage à développer une mode plus responsable et solidaire.

Il y a quelques années encore, les fondateurs de la marque marseillaise Aglaïa & Co évoluaient dans l'univers de la financeinternationale. Face aux nouveaux enjeux de société, ces experts en chiffres, désireux d'être acteurs du changement et de rêver plus grand, décident alors de transformer leur vie (professionnelle) pour bousculer les codes. Passionnés et engagés, Carine, Thomas et Florent se lancent alors dans une aventure entrepreneuriale et humaine qui dure maintenant depuis six ans.

C'est naturellement, par la sensibilité de la seule femme du trio de co-fondateurs, que le projet s'oriente vers la bijouterie. Loin du « bling-bling » et du clinquant, la jeune marque de bijoux Aglaïa & Co est fondée en 2015 sur des valeurs de solidarité, d'éthique responsable et de préservation environnementale *« avec un prérequis : le made in France »,* confie Carine Bozon.

L'équipe est partie du constat que la mode éthique rimait trop souvent avec simplicité et sobriété. *« Chez Aglaïa & Co, nous avons voulu démontrer qu'une mode engagée pouvait être créative »*, poursuit la jeune femme qui imagine des créations à la fois originales et intemporelles *« pour donner un nouveau souffle à une mode plus responsable ».*

Les premières pièces en argent 100 % recyclé

Depuis 5 ans, l'entreprise s'est fait un nom dans le secteur de la bijouterie autour de créations en argent massif et en plaqué or (3 microns). Si au départ 50% de l'argent utilisé dans les bijoux est issu d'argent recyclé, les premières pièces uniques en argent 100% recyclé sortiront de l'atelier d'un affineur français au mois d'août.

Des chaînes et bracelets, essentiellement créés à partir des rebuts récupérés dans les ateliers de bijouterie. *« Dans le nôtre, par exemple, nous récupérons les métaux que nous lui envoyons et qu'il va transformer pour leur donner une seconde vie »,* explique la jeune patronne qui travaille avec six ateliers français dont quatre spécialisés dans la bijouterie.

Un engagement précieux

Elle espère qu'avec l'évolution de l'entreprise, le recyclage permettra même de concevoir les papillons pour les boucles d'oreilles et autres fermoirs. Outre l'argent, Aglaïa & Co est également reconnu pour ses bijoux ornés de pierres naturelles.

Pour assurer une totale transparence à ses clientes, l'entreprise remonte les filières depuis la mine jusqu'au bijou, en passant même pas la taille de la pierre. *« On a commencé il y a deux ans avec une pierre de turquoise que nous sommes allés récupérer aux États-Unis dans une exploitation familiale minière depuis deux générations »*, raconte Carine.

L'aquaphrase est la deuxième pierre semi-précieuse utilisée pour agrémenter le bijou d'histoire et de sens. « *Elle a été sourcée en Afrique et découverte récemment par un gemmologue Grec Yianni Melas, fervent défenseur des droits des enfants et des droits des mineurs »*.Cette année, Aglaïa & Co signe ses premières réalisations avec sa toute première pierre précieuse : un Saphir rose sourcée au Malawi, selon la même démarche.

De nouveaux produits pour voir plus loin

Depuis deux ans, la marque explore d'autres champs de la mode féminine, toujours avec le désir de se dépasser *« pour apporter le meilleur, honorer nos engagements du premier jour et démontrer que nous pouvons aller sur d'autres produits tout en conservant notre ADN ».*

L'année 2019 marque ainsi un tournant dans l'entreprise, avec le lancement d'une collection capsule de t-shirts au message engagé, en coton bio certifié GOTS (label pour affirmer le caractère biologique du textile) et d'une ligne de lunettes solaires, commercialisée début avril. *« Là encore, nous sommes guidés par des valeurs avec le made in France, car nous travaillons avec un artisan d'art, basé dans le Jura qui emploie onze personnes »,* explique Carine.

Les collections sont déclinées en petites séries afin de proposer de nouvelles créations très régulièrement sans générer de gaspillage. *« Nous les renouvelons uniquement en fonction des demandes de notre clientèle. Et selon l'accueil réservé à nos collections capsule qui sortent chaque 10 du mois, ces bijoux font l'objet de collections complètes les mois suivant ».*

Une étape de transition qui porte ses fruits

La même année, Aglaïa & Co s'essaye aussi à la maroquinerie vegan, avec succès, avec quatre sacs en matière végétale à base d'ananas, communément appelés le Pinatex. *« Nous sommes toujours à la recherche de matières innovantes. Le Pinatex provient des feuilles des feuilles d'ananas, qui sont ensuite transformées. Elles ne sont pas consommées. Cela leur offre une seconde vie et un complément de revenus aux producteurs. C'est un cercle vertueux*, explique Carine. *Ça ne plaît pas à tout le monde, surtout pour celles qui cherchent du cuir, mais cela a été bien accueilli ».*

Pour poursuivre dans cette démarche, la jeune femme débute des tests avec des matières confectionnées à partir de raisins et de pommes en prévision de nouveautés pour la fin de l'année.

La marque collabore avec un atelier de maroquinerie labellisé Entreprise du Patrimoine vivant.

5 % du chiffre d'affaires redistribués à des associations engagées

Parallèlement, dès l'origine, pour ancrer l'ADN de l'entreprise, les fondateurs se rapprochent d'associations partenaires à qui ils reversent 5% du chiffre d'affaires *« et non pas du résultat,* reprend Carine. *C'est tout à fait transparent pour les clients puisque pour chaque achat en ligne, 5 % du montant qu'ils paient sont reversés à une association de leur choix ».*

Le cancer du Sein Parlons-en est la première à avoir adhéré à la démarche d'*Aglaïa & Co*. *« On avait qu'un petit power point à leur montrer pour la présentation du projet et ils nous ont fait confiance »*, se souvient Carine.

Ce partenaire historique est rejoint par cinq autres structures dont les causes font directement écho « *aux sujets de société qui nous touchent particulièrement* », comme la *Croix-Rouge française, L214 Éthique et animaux, Solidarité femmes* qui vient en aide aux femmes victimes de violence, et *Epic Fondation*, qui soutient les jeunes du monde entier pour aider à gommer des inégalités dues au pays de naissance. La dernière en date, la *Fondation Nicolas Hulot*.

Depuis 5 ans, l'entreprise double sa croissance chaque année, ce qui lui a permis d'embaucher plusieurs personnes en fin d'année, dont une pour développer la partie création et innovation. Aglaïa & Co emploie aujourd'hui 8 personnes guidées au quotidien par *« le mantra #actdifferent ».*

Fabrice Leroy fait des bijoux uniques près de Flers

Fabrice Leroy, joaillier, parle du bijou non pas made in France mais entièrement fabriqué ici dans un petit village de l'Orne, près de Flers, en Normandie.

L'artisan au microscope pour la pose des pierres sur la monture.

Par **Guy Vallée**

Publié le 30 Avr 21 à 17:39

Installé à son compte depuis 2010, dans un petit village de la commune nouvelle d'**Athis-Val-de-Rouvre**, près de Flers, **dans l'Orne**, Fabrice Leroy crée **des bijoux**

uniques.

Du dessin à la fabrication, ce sont **des heures de travail** qu'il consacre à la réalisation de pièces, dont la singularité ne peut se permettre de manquer le cœur de son ou sa destinataire.

À lire aussi
La Zouille, l'antisèche des infos utiles créée par les commerçants d'Athis-Val-de-Rouvre

Des qualités d'observation

Bien au-delà de la production d'un objet, il s'agit d'une activité qui engage pleinement l'artisan. Qu'il s'agisse d'une commande précise par un client ou d'une création personnelle, la conception implique de la recherche et des qualités d'observation, tout autant que la maîtrise du travail technique avec les métaux et pierres précieuses utilisés.

Si un client me commande un bijou lié à un thème particulier pour faire un cadeau, je ne peux pas me permettre de proposer n'importe quoi.

Des spécificités esthétiques

C'est la même chose avec les restaurations ou transformations de bijoux anciens. Si je ne connais pas les spécificités esthétiques et techniques de cette époque, ça gâchera tout.

Un métier qui implique aussi des connaissances en histoire de l'art donc… Ou tout simplement une curiosité infinie, dont il semble être doté naturellement. « C'en est même épuisant ! », plaisante-t-il.

À lire aussi

56 744 € de subventions aux associations d'Athis-Val-de-Rouvre, près de Flers

Une créativité sans limites

L'observation des volutes du feu dans la cheminée ou des herbes dehors, la volonté d'analyser en détail les armoiries à graver sur une chevalière, tout inspire la création avec ces matières qui le fascinent.

> Ce qui me passionne, ce sont les pierres, leurs couleurs, et la technique pour les sublimer. Je travaille avec celles que les clients m'apportent ou que je commande spécialement à chaque fois. Je n'ai pas de stock ici pour des raisons évidentes de sécurité !
>
> **Fabrice Leroy**
> Artisan joaillier

De cette soif de découvertes émane la magie créatrice, car c'est en cherchant que naissent des pépites.

« Un jour, en coupant une perle en deux, j'ai découvert que l'intérieur était, a priori, inintéressant », raconte-t-il.

J'en ai fait **une bague, surmontée de la perle ouverte**, avec un intérieur serti de diamants. C'est aujourd'hui un modèle breveté.

Un talent qu'il prend plaisir à associer à celui d'autres créateurs. « Dans le cadre de projets très spécifiques, j'ai eu le plaisir de collaborer avec un opticien et un peintre. »

Du savoir-faire ornais en Floride

Les clients de Fabrice Leroy viennent de partout, de France et de l'étranger. Imaginez, un savoir-faire ornais jusqu'en Floride ou en Afrique, quelle merveille !

À lire aussi
Les élus d'Athis-Val-de-Rouvre ont voté la convention d'agrandissement de l'épicerie de La Carneille

« La clientèle se développe essentiellement par le bouche-à-oreille », remarque-t-il, et c'est en partie à une autre de ses multiples cordes qu'il le doit : la

psychologie.

La joaillerie touche à un domaine très sensible, où il est bien moins question de mode que de sentiments.

Un bijou – une histoire

> Il y a toujours une histoire derrière un bijou. J'en aurais tellement à raconter, je pourrais en faire un livre !
>
> **Fabrice Leroy**
> Artisan joaillier

Et c'est justement parce qu'il sait à la fois respecter et comprendre cet espace d'intimité, que ses clients lui font confiance et qu'il réussit à les satisfaire.

Chaque bijou émane d'un juste équilibre, la rencontre entre les idées et envies de son commanditaire, et les propositions de l'artisan.

Tout un art, dont vous pouvez admirer les œuvres sur son site :**www.atelierleroycreation.fr,** et peut-être songer au bijou de vos rêves…

L’artisanat français au service des créateurs de bijoux

La rédaction de Biba en partenariat avec L'ATELIER KA 25 mai 2021 mis à jour le 26 mai 2021

Aujourd’hui nous partons à la rencontre d’une créatrice de bijoux qui a fait le choix de l’Artisanat Français.

Sweet Anomaly : Des bijoux fantaisies made in France

Sabine Ferrandino est tombée dans l’univers de la création dès son plus jeune âge grâce à une grand-mère italienne, coquette et créative. Entourée de sa présence et inspirée par la matriarche, l’expression artistique devient un second langage pour Sabine.

Sabine peint, crée des vêtements et des accessoires. Puis elle grandit, se marie et découvre l’univers des bijoux. A cette époque Sabine travaille avec son mari, ce qui lui laisse du temps libre pour créer. C’est alors une véritable révélation !

Sabine se lance dans la création de bijoux fantaisie plaqués Made in France. Ses bijoux sont raffinés et élégants, mais également audacieux avec des pierres semi-précieuses qui illuminent le tout.

En créant sa marque, Sweet Anomaly, Sabine fait le choix de matières premières de qualité fabriquées en France.

C’est à l’occasion du Salon International de la bijouterie Bijorhca, que Sabine découvre L’Atelier KA et la Fonderie KDF. Cette rencontre va permettre à Sabine d’aller toujours plus loin dans la création de ses bijoux en respectant une charte qualitative et éthique grâce à la Fabrication Française.

L’Atelier KA et la fonderie KDF : l’Artisanat Français au service des créateurs de bijoux

L’Atelier KA et la Fonderie KDF offrent aux créateurs de bijoux tout ce dont ils ont besoin pour laisser s’exprimer librement leur imagination.

L’Atelier KA dessine, conçoit, fabrique et diffuse sur son site Internet des éléments à assembler pour la bijouterie fantaisie. S’adressant aux professionnels, L’Atelier KA propose plus de 2000 références tendances, fabriquées sur place, en étain ou en laiton plaqués argent ou dorés à l’or fin. Ces modèles sont également disponibles au showroom de la fonderie près d’Aix-en-Provence.

De son côté, la Fonderie KDF, créée en 1990 par Frédéric Garcia, permet aux créateurs de concevoir leurs propres modèles de bijoux.

Ces 30 années d’expérience confèrent à Frédéric une expertise et un savoir-faire reconnus.

Entreprise à taille humaine, KDF est à l’écoute de ses clients et les accompagne dans toutes les étapes de leur projet en associant compétences techniques, rigueur et créativité.

Nathalie Cottalorda, Directrice Clientèle, a pour objectif de répondre au mieux aux attentes des clients en leur permettant de concrétiser leurs rêves, avec des matières premières de qualité.

Réaliser son rêve de créateur de bijoux

Lorsque Sabine Ferrandino rencontre Katherine Prin, responsable de marque L’Atelier KA, sur le salon Bijorhca à Paris, c’est le début d’une longue et belle collaboration !

Pour Sabine, avoir la possibilité de créer avec des éléments de bijoux conçus en France est un véritable privilège. D’un côté, L’Atelier KA lui permet d’avoir accès à des éléments pour la bijouterie fantaisie, et de l’autre, la fonderie KDF lui permet de concevoir ses propres modèles de bijoux.

Pour cette partie plus technique, Sabine est entourée de l’équipe KDF. Elle dessine elle-même ses modèles puis les transmet à Fanny Créac’h, graphiste designer, qui l’accompagne dans la concrétisation.

Les subtiles créations de Sabine Ferrandino sont disponibles sur son site Sweet Anomaly, mais aussi dans sa boutique dans la commune provençale de Salon-de-Provence.

Aujourd’hui Sabine n’a jamais été aussi heureuse de vivre de sa passion. Elle nous confie ne pas avoir l’impression de travailler. Chaque matin, elle se lève en étant ravie de rejoindre sa boutique et ses clientes !

Cela vous inspire… Vous n’avez plus qu’à vous lancer !

Les Georgettes dévoile sa nouvelle campagne grand public

Publié par La Rédaction le 17 mai 2021 - mis à jour à 12:38

Bien connue pour ses manchettes colorées et personnalisables, la marque de bijoux Les Georgettes dévoile sa nouvelle campagne de publicité portée par l'agence Marystone.

Depuis sa création en 2015, la marque de bijoux ardéchoise connaît un franc succès grâce à son concept de manchettes colorées et personnalisables. Chaque femme devient ainsi créatrice de son propre bijou qu'elle peut personnaliser grâce à des bandes de cuir réversibles.

De nombreuses Françaises dont Brigitte Macron se sont prises de passion pour la marque Made In France. Les plus attachées à la marque ont même fondé leur propre communauré Facebook qu'elles ont baptisé "Les Georgettes une passion commune".

C'est sur ce fondement que la maque, à l'issue d'une compétition d'agences, a choisi Marystone comme partenaire pour sa première campagne grand public. L'ambition est de donner du souffle à la marque en célébrant l'état d'esprit des Georgettes. Le nom de la marque sonne d'ailleurs comme un collectif de femmes: des femmes qui ont pour point commun de porter des bijoux de caractère parce qu'elles ont envie d'être vues et entendues. Des femmes qui partagent un état d'esprit résumé par une devise française détournée et très actuelle: liberté, créativité, sororité.

L'agence Marystone a imaginé un film jubilatoire et plein de vie qui nous est raconté à l'envers, mettant en scène des femmes hautes en couleur dans leur quotidien.

Le film véhicule une invitation à rallier les Georgettes "Êtes-vous une Georgettes?" le nouveau claim de la marque.

Lire aussi : Les 5 campagnes de la semaine (du 9 au 13 décembre)

Pluie de confettis, musique éléctro-swing et chorégraphie composées sur mesure, rythment ce film ayant pour vocation de véhiculer cette énergie positive qui rassemble les Georgettes.

Réalisé par Matvey Fiks pour Birth TV sous la houlette de la Directrice de Creation Pierrette Diaz, ce film sera visible dès le 5 mai. Pour la diffusion du film, la marque a mis en place un plan digital massif et le fait vivre en social à l'aide de multiples opérations d'influence dont une importante campagne TikTok.

Ce film est le coup d'envoi d'une campagne de ralliement à cette marque de bijoux bien dans son époque qui assume d'encourager cette sororité naturelle et de soutenir les femmes qui veulent s'affirmer. Comme le dit Céline Guillermet, la directrice marketing et artistique de la marque " C'est une première pour nous, nous voulons affirmer nos valeurs et notre vision d'un féminisme résolument positif et communicatif ".

Une start-up française lance un bijou connecté anti-agression

La Rédac' | Société | Publié le 11 Mai 2021 à 14h49

La défense connectée à portée de mains. Parce que le sentiment de menace est omniprésent chez les femmes lorsqu'elles sortent, il s'imposera à elles comme leur nouveau réflexe sécurité et beauté. Bienvenue à « MyEli », le premier bijou connecté, esthétique et sécurisant que toutes les nanas s'arracheront. Made by a women and for all womens.

Girls Power ! Mais avant ça, on réclame leur sécurité et leur liberté. Et puisqu'elle n'est malheureusement pas évidente, l'idée d'un **bijou anti-agression** s'apparente à du génie. Astucieux et rassurants, les bijoux de sécurité fleurissent un peu partout dans le monde. Et tous ont leur technologie différente. À Bordeaux, le mérite revient à **Ludivine Romary, jeune fondatrice de 26 ans** qui a réalisé ce projet audacieux accompagnée de la**Technopole Bordeaux Technowest.**

Joli et utile : l'un n'empêche pas l'autre

À la fois discret et innovant, le jonc (**disponible en version argentée *L'Intrépide* » (85€ TTC) ou mi jonc-mi chaîne doré (90€ TTC)** répond à plusieurs problématiques sociétales, que ce soit le **harcèlement de rue ou les violences conjugales**. La jeune femme, qui attachait une importance particulière à l'esthetisme a fait appel à **Font'Art Créations**, un designer bijou français pour créer une pièce tendance **accueillant en son intérieur une multitude de composants électroniques**. Ce qui n'était pas tâche facile.

Une innovation technique, sociale et d'usage

Parce qu'une majorité de femmes s'est sentie vulnérable au moins une fois dans sa vie, ce bijou connecté protecteur entend **créer une bulle sécuritaire autour de la personne en danger** grâce à une puce connectée qui permet d'a**lerter ses proches en un seul clic à son poignet.** MyEli a fait appel au CATIE, le **Centre Aquitain des Technologies de l'Information et de l'Electronique,** pour réaliser les études techniques ainsi que la conception des composants électroniques placées à l'intérieur du bijou connecté.

Comment ça marche ?

Le protocole a été soigneusement travaillé. Dans un premier temps, il suffit d'**enregistrer ses contacts de secours** (de 1 à 5 personnes) dans l'application disponible sur IOS et Android. Lorsque la personne se sent en danger, elle peut **cliquer une fois sur le bijou connecté** pour que celui-ci envoie une **alerte aux contacts de secours ainsi que sa position GPS**. Un suivi GPS se met en marche et l'application peut également **déclencher une**

alarme sonore et (ou) un enregistrement audio pour repousser l'agresseur. Les proches peuvent ainsi porter secours au plus vite, s'ils sont géographiquement proches de la personne en danger, ou bien, contacter les autorités compétentes.

Et puisque nous sommes nombreuses à avoir recours au **traditionnel message "*tout va bien, bien rentrée"***, le bijou nous mâche le travail avec un double clic qui en informe la liste des proches. Respectueux de l'humanité et de la planète, le bijou connecté est **made in France**. Il est actuellement **disponible en précommande** et sera commercialisé pour noël 2021.

Bientôt une gamme pour hommes et enfants pourrait être commercialisée. Stay tuned !

Véronique Tournet, présidente de La Brune & La Blonde : "Les jeunes acheteurs sont sensibles à l'origine des diamants"

Maria Grazia Meda • Le 03 mai 2021

Véronique Tournet, présidente de La Brune & La Blonde.
Lea Crespi

Après une percée dans l'univers du diamant, Véronique Tournet, la présidente de La Brune & La Blonde entend briller à l'international. Et revendique des valeurs simples : production *made in France*, traçabilité et transparence.

Une heure de réveil ?

7 heures.

Le pitch de votre poste ?

Je suis «la Brune» de La Brune & La Blonde, qui va avoir 10 ans cette année. Quand vous créez une PME, vous devez savoir tout faire. Même si le développement passe par la capacité à déléguer, il faut être capable d'occuper tous les postes.

Des chiffres ?

Une équipe de 8 personnes pour un chiffre d'affaires de 2 millions d'euros, dont 20 % à l'export. Notre marque, 100 % *made in France* de la conception à la fabrication, locale, est présente dans 130 boutiques.

Des défis pour demain ?
Continuer le développement à l'export, ouvrir des boutiques, accélérer le digital, penser à l'écologie : les jeunes acheteurs sont sensibles à l'origine des diamants. Je crois que la réponse n'est pas dans les pierres de synthèse, dont l'empreinte carbone est supérieure à celle du diamant naturel, mais dans la transparence, la traçabilité et le respect des travailleurs de la filière.

À lire aussi » Diamants cultivés en laboratoire, un filon pour demain ?

Télétravail. 8 conseils pour se créer des moments de respiration

S'il faut remonter à l'origine ?
Née en Corrèze, fille de gens de la terre, j'ai été élevée dans des valeurs simples : le travail, le respect des autres, le bon sens et la persévérance. Je n'oublierai jamais, enfant, la veille d'une récolte de pommes, une terrible tempête qui a tout emporté, même les arbres… Le matin, face à la dévastation, il a fallu tout recommencer.

Les mentors sont tous ceux qui vous donnent des ailes et vous épaulent : la famille, les amis

Le fil rouge de votre parcours ?
Après une prépa HEC et la Skema Business School, j'ai cherché une expérience à l'étranger et décroché un poste de commerciale à Miami pour des produits de luxe français. De retour des États-Unis, j'ai rejoint Pilot Pen, le groupe japonais qui fabrique les sublimes stylos plume Namiki. Pendant six ans, j'ai développé l'identité de la marque et pris goût à cet univers de belles choses rares. Puis, j'ai suivi le master de l'IFM et suis entrée chez Mauboussin pour sept ans, avec un court passage chez Boucheron. Plus j'avançais, plus j'envisageais de créer ma propre entreprise.

Un mentor ?
Alain Némarq, le PDG de Mauboussin. Sa liberté de parole et d'action m'a appris que rien n'est impossible. Mais pour moi, les mentors sont tous ceux qui vous donnent des ailes et vous épaulent : la famille, les amis.

Un moment décisif ?
En 2011, je quitte le salariat pour créer La Brune & La Blonde. J'avais en tête cette phrase d'un de mes profs, simple et, pour moi, lumineuse : «la création d'entreprise est une vraie alternative à l'activité salariale.»

Des obstacles sur la route ?

Le concept même de nos bijoux : vendre un diamant nu, sans serti, et de surcroît percé, un sacrilège ! Mais cette intuition a été bien reçue par le public. Certains obstacles peuvent libérer : la maladie par exemple vous fait avancer en allant à l'essentiel.

Le podcast à écouter

Un moment off ?

Une fois par mois, un déjeuner avec quatre amis entrepreneurs. Nous échangeons dans une joyeuse bienveillance.

Un business mantra ?

Savoir se relever, encore et toujours.

Économie - Social

À Morteau, "Les Mots doux" fabrique des bracelets pour les supporters de l'Équipe de France de football

Lundi 7 juin 2021 à 20:01 - Par Lucas Archassal, France Bleu Besançon, France Bleu

Morteau

La Fédération française de football a choisi une entreprise de Morteau pour fabriquer des bracelets artisanaux made in France à l'occasion de l'Euro 2021. "Les Mots doux" conçoivent des bracelets où des mots sont retranscrits en morse. Dans ce cadre-là, c'est le mot "Bleus" qui a été choisi.

Maud Lemonnier Collet (à gauche), la fondatrice de l'entreprise "Les Mots doux" et deux des trois salariées. © Radio France - Lucas Archassal

Une entreprise de Morteau "Les Mots doux" a été choisie par la Fédération française de football pour **fabriquer des bracelets artisanaux pour ses supporters**. Elle fait partie d'une douzaine de sociétés sélectionnée par la FFF pour concevoir des objets made in France, mis en vente dans leur boutique. Un partenariat qui a débuté il y a deux ans lors d'un salon parisien "Maison et objet" à l'occasion de l'Euro 2021 qui débute vendredi 11 juin.

"Les Mots doux" fabriquent des bracelets où sont retranscrits **des mots en morse** comme "Maman", "Je t'aime", "Mon rêve" ou "Chance". Pour ces bracelets destinés aux supporters de l'Équipe de France de football, **le mot "Bleus" a été retenu**. Les bracelets sont uniquement en vente à la boutique officielle à Paris ou sur la boutique en ligne.

Le bracelet confectionné par "Les Mots doux" pour la Fédération française de football à l'occasion de l'Euro 2021. © Radio France - Lucas Archassal

Un bracelet made in France, presque made in Franche-Comté

Chaque bracelet est constitué de petites perles et d'une petite carte. Maud Lemonnier Collet, la fondatrice de l'entreprise : *« Il y a trois signes distinctifs. D'abord la carte avec le logo de la FFF. Sur le bracelet, il y a une petite*

médaille plaquée or avec les deux étoiles de l'Équipe de France. Chacun des bracelets reprend le bleu blanc rouge. »

Des bracelets qui ont été pensés par "Les mots doux" et qui sont presque made in Franche-Comté : *« Tout est fait à Morteau par notre équipe de quatre personnes et notre dizaine de petite fées comme on les appelle. »* Ces petites fées, ce sont des personnes en micro-entreprises qui confectionnent, enfilent les perles chez elles.

« Pour nous, c'est vraiment important de rester en économie locale. » Maud Lemonnier Collet, la fondatrice des "Mots doux".

Pour afficher ce contenu Instagram, vous devez accepter les cookies **Réseaux Sociaux**.

Ces cookies permettent de partager ou réagir directement sur les réseaux sociaux auxquels vous êtes connectés ou d'intégrer du contenu initialement posté sur ces réseaux sociaux. Ils permettent aussi aux réseaux sociaux d'utiliser vos visites sur nos sites et applications à des fins de personnalisation et de ciblage publicitaire.

J'autorise

Gérer mes choix

Hormis les perles bleu blanc rouge qui viennent du Japon, *« la carte est imprimée à Morteau, la médaille plaquée or provient de Villers-le-lac et Frambouhans »*.

La Flèche. Après la vente de montres en bois, Axel se lance dans le bijou made in France

Encore étudiant, il avait créé sa propre entreprise en janvier 2018 : la vente de montres en bois. Trois ans plus tard, et après une belle réussite – plus de 14 000 montres vendues – le Fléchois Axel Vovard se lance dans un nouveau créneau, plus dans l'artisanal made in France. Il s'associe à un artiste ardéchois qui fabrique des bijoux en opale, loupe d'eucalyptus et bois nobles.

Axel Vovard présente l'un des bijoux qui sont en vente sur le site gautrot.com. | LE MAINE LIBRE

Le Maine Libre Jean-Christophe COUDERC

Publié le 14/06/2021 à 11h32

Abonnez-vous

Newsletter La Flèche

La vente de montres en bois, c'est du passé pour Axel Vovard. Une réussite aussi. Avec l'Arbre du Temps, le site commercial qu'il a créé en janvier 2018 alors qu'il était encore étudiant en BTS management des unités commerciales, ce jeune Fléchois aura vendu un peu moins de 15 000 montres. En termes de vente, le premier confinement en mars 2020, lié à l'épidémie de Covid-19, **« a été une aubaine »**, reconnaît-il. **« Mais il a aussi perturbé pendant près d'un mois la fabrication et l'expédition des commandes. »**

+ Bouloire. Créatrice de bijoux, elle ouvre ses portes à cinq artisans sarthois

Un partenariat depuis six mois

Axel Vovard souhaitait déjà **« s'émanciper »** de la Chine, où sont fabriquées ces montres. **« Me recentrer sur la France, être plus indépendant. »** Depuis 2020, il a constaté aussi **« un changement des tendances de consommation, qui évoluent vers quelque chose de plus éthique »**.

Le jeune entrepreneur s'est alors mis en quête d'un artisan **« qui avait du potentiel »**. C'est dans le sud de la France, à Vals-les-Bains (Ardèche), qu'Axel Vovard l'a trouvé. **« Sur une market place d'artisans »**.

Nous avons bloqué l'affichage de ce contenu vidéo et audio pour respecter vos choix en matière de cookies. En cliquant sur « Consulter », vous acceptez le dépôt de cookies par des services vidéo et audio tels que Youtube. Vous pouvez modifier vos choix à tout moment en cliquant sur « Modifier mes choix cookies » dans la rubrique Services en bas de cette page.

Consulter

C'est là que se situe l'atelier de Geoffray Guillermain. L'artiste y crée des bijoux, boucles d'oreilles, pendentifs et bagues, en opale, bois nobles et loupe d'eucalyptus. **« On a un partenariat depuis six mois. »**

+ La Flèche. Sept ans après « La Nouvelle Star », Marine, ex-candidate, sort un single

Raconter l'histoire de chaque bijou

Gautrot.com est né de ce partenariat. **« Pour l'instant, nous ne sommes pas associés légalement, mais c'est tout comme. On voit bien un avenir en commun. Moi je mets ses créations en valeur. Lui se focalise sur la création, tout en vendant toujours sur les marchés. »**

Pour le site en revanche, des collections spécifiques sont proposées. La seconde baptisée « Entre ciel et Terre », est en ligne, avec des bijoux à base d'opale et d'eucalyptus. Le nombre de pièces est limité à 300. La gamme de prix, **« entre 70 et 140 € »**.

Nous avons bloqué l'affichage de ce contenu réseau social pour respecter vos choix en matière de cookies. En cliquant sur « Consulter », vous acceptez le dépôt de cookies par des services de réseaux sociaux tels que Facebook. Vous pouvez modifier vos choix à tout moment en cliquant sur « Modifier mes choix cookies » dans la rubrique Services en bas de cette page.

Consulter

Cette nouvelle collection **« ouvre la voie vers une présentation beaucoup plus artistique »**, explique Axel Vovard. **« En racontant l'histoire qu'il y a derrière chaque bijou, un certain imaginaire. Ce qui fait sa valeur. »**

« Peut-être une seconde vocation »

Aujourd'hui, Axel Vovard envisage de rejoindre Geoffray dans le sud de la France. Et pourquoi pas de s'impliquer dans le travail du bois. **« Peut-être trouver ma seconde vocation. »** Il pense déménager dans les six mois.
Téléchargez la nouvelle appli des médias du groupe Sipa Ouest-France
Sa première activité de vente de montres en bois est encore en ligne, **« mais je n'ai plus de canaux de communication actifs. Cela ne fonctionne plus que par le bouche-à-oreille »**. Il souhaite la vendre. **« Ce que je propose, c'est une marque qui a environ 15 000 mails clients, un nom bien identifié dans le milieu de la montre en bois. Pas une marque référence, puisque je n'ai pas d'exclusivité. En fait, je propose une boutique clé en main à une personne qui sait déjà gérer un site. Pour l'instant, je n'ai pas vraiment cherché d'acquéreur. »**

La perle mabe de Mayotte en exposition à l'Elysée pour « Fabriqué en France »

Le Palais de l'Élysée accueillera les 3 et 4 juillet prochains la deuxième édition de la Grande Exposition du Fabriqué en France. Les demi-perles fabriquées à Mayotte auront leur place.

Par **Anne Perzo** - 19 juin 2021

On se souvient de Benoît Hamon, alors candidat socialiste à l'élection présidentielle de 2017, prônant le « Made in France » dans son programme. C'est un peu dans cette logique que se tient depuis deux ans la Grande Exposition du Fabriqué en France.

Initié par le Président de la République en janvier 2020, ce rendez-vous annuel met à l'honneur les entreprises, les artisans, les producteurs et les industriels qui s'engagent pleinement dans la fabrication française.

Ouvert au public et gratuit, l'événement a pour but d'inciter chacun – collectivités, distributeurs, entreprises et citoyens – à prendre sa part dans la dynamique engagée en faveur de notre souveraineté économique et de la transition écologique. Dans le contexte de la crise sanitaire et de ses conséquences économiques et sociales que nous connaissons depuis plus d'un an, cette deuxième édition prend un sens tout particulier et participe à la dynamique de relance de notre pays.

126 produits fabriqués en France et issus de tous les départements et territoires de métropole et d'Outre-mer feront ainsi leur entrée au Palais de l'Elysée, dans les jardins, les salons et la cour d'honneur. Très variés, ils illustrent la grande richesse des savoir-faire français. Objets du quotidien, spécialités locales, outils industriels ou innovations emblématiques, ils sont créés par des entreprises de toutes tailles et de tous les secteurs d'activité.

À l'occasion de cette deuxième édition, ce sont 2325 entreprises qui ont fait acte de candidature, soit une augmentation de 37% par rapport à 2020, malgré la crise inédite que nous traversons. Un comité de sélection, composé de 10 experts et animé par Agnès Pannier-Runacher, ministre déléguée chargée de l'Industrie, et Alain Griset, ministre délégué chargé des Petites et Moyennes Entreprises, a retenu 126 produits qui seront présentés aux Français les 3 et 4 juillet.

Parmi eux, la Perle Mabé de Mayotte sertie clos or 18 carats montée sur jonc argent brossé par Nuru Kombe. Les Mabés se forment à l'intérieur de la coquille des coquillages, et sont cultivés depuis plusieurs années à Mayotte.

Les mabés sont ensuite monté en bijoux et vendus à Mayotte notamment par Nuru Kombe

On trouve également un cinéma mobile du Loiret, du chocolat de Nouvelle-Calédonie, une pompe à chaleur de la Somme, des fleurs fraiches d'île de France, un avion de tourisme de Côte-d'Or, du réactif de test PCR du Rhône, un sèche-cheveux du Loir-et-Cher, un vélo de course de la Nièvre, un vitrail d'Eure-et-Loir, un engin minier à batterie électrique des Bouches-du-Rhône, une chaise bistro de l'Ain, etc.

Depuis ce lundi 14 juin il est possible de réserver sa visite sur le site de l'Élysée dédié, en sélectionnant un créneau horaire entre 9h et 18h30 pour le samedi 3 ou le dimanche 4 juillet. Les places sont limitées. Une jauge réduite est mise en place pour le confort et la sécurité de chacun. Le port du masque est obligatoire et le respect des gestes barrières exigé tout au long de la visite de l'exposition.