

« Et si je créais mes propres bijoux ? »

Mallory Lalanne (Bordeaux), Sophie Bouhier de l'Écluse et Charlotte de Saintignon

Trois parcours de femmes qui ont réalisé leur rêve de reconversion professionnelle.



SIXTINE BODUK, MATTIDA, SAMUEL KIRSZENGAUM

C'était leur vocation, depuis l'enfance. Elles l'ont d'abord contrariée, embrassant une tout autre carrière professionnelle. Très vite, elles se sont ravisées et se sont reconverties pour donner corps à leur rêve : créer leurs propres bijoux, les fabriquer, les vendre, enfin. Elles racontent cette aventure d'or, d'argent et de pierres.

■ SIXTINE BONNAL « J'apprécie l'exigence de chaque geste »

Les abords de la place Vendôme, où s'est déroulé début mars le salon Fashion Paris Jewels and Watches, ont été pris d'assaut par un public de bijoutiers et horlogers. Cet événement, qui accueille des marques reconnues et des talents émergents, brille du feu des pailettes, des diamants, des métaux précieux. Sixtine Bonnal, fondatrice de la marque qui porte son prénom, y a cherché l'inspiration pour dessiner sa prochaine collection printemps-été. Dans une pièce de son appartement bordelais transformée en atelier, elle s'affaire à façonner un bracelet dont le maillon galbé semble s'enrouler sur lui-même. Un de ses bijoux signatures. Un métier et un savoir-faire appris sur le tard, suite à la disparition prématurée d'un être cher.

Sixtine Bonnal, 31 ans, a travaillé pendant six ans comme infirmière en bloc opératoire dans deux cliniques bordelaises. Un métier découvert lors d'un stage d'observation qui lui permettait d'agir concrètement à un moment clé de la prise en charge du patient. Contrainte de changer de voie pour ne plus affronter la maladie au quotidien, la jeune femme a opéré en 2022 un virage à 180 degrés. Avec cette idée en tête : exercer un métier manuel, créer quelque chose. « Un ami m'a questionné sur mes projets si je gagnais un jour au Loto. Spontanément, je lui ai répondu que je voulais créer ma marque de bijoux », se souvient Sixtine Bonnal.

Elle a toujours été passionnée par le dessin et elle a réalisé dès le collège des bijoux fantaisie avec des perles de rocaïlle. Lorsqu'elle a quitté son emploi, début 2021, elle a imaginé et créé pour des proches quelques pièces haut de gamme intemporelles et personnalisables. Toutes sont conçues avec des matériaux de qualité, avec de l'argent 925 et du « gold filled », de l'or laminé aussi durable que l'or pur mais moins jaune. Son souhait : que ces bijoux se transmettent d'une génération à l'autre. « J'apprécie l'exigence de chaque geste à accomplir. Il y a à la fois beaucoup de créativité et un grand bien-être dans ce travail », explique Sixtine Bonnal.

Cette période probatoire passée, elle a décidé de muscler ses compétences. Début 2022, elle a déniché, via le compte personnel de formation, une forma-

tion intensive dispensée à Aix-en-Provence par la Haute École de joaillerie de Paris. « En une semaine, j'ai acquis les techniques de limage, de sciage, de polissage, de soudure », raconte la bijoutière. J'étais capable de transformer une plaque de laiton en pendentif. J'ai aussi beaucoup appris du partage d'expérience avec les autres participants qui, pour certains d'entre eux, venaient se perfectionner au métier. »

Sixtine Bonnal a en parallèle été épaulée par la chambre des métiers et de l'artisanat dans l'élaboration de son business plan, à la comptabilité. Elle a fait appel à un avocat pour le choix de sa structure juridique. En 2023, elle créait une SARL afin de se laisser la possibilité de déclarer ses bénéfices sans pour autant perdre ses allocations chômage. Un diplôme et un accompagnement qui lui permettent d'avancer dans son projet, de créer son identité visuelle, de lancer son site internet marchand avec un webmaster. Mais aussi d'organiser des ventes privées à domicile à l'image des réunions Tupperware et de réaliser ses premiers marchés locaux, sur la presqu'île du Cap-Ferret, notamment. « Cette expérience est très formatrice quand on travaille en e-commerce. Elle permet enfin de connaître les réactions du public », souligne la bijoutière qui a investi 20 000 euros pour l'achat de matières premières et des outils.

Cette nouvelle aventure lui demande beaucoup de rigueur et une grande organisation. « C'est dur, de s'imposer des horaires. On est le moteur de notre activité. Si on ne se lève pas le matin, il n'y a rien qui sort », reconnaît Sixtine Bonnal, qui espère se verser un premier salaire d'ici deux ans. Contre la solitude et pour se donner un moral d'entrepreneur, elle a rejoint le réseau du Cercle des talents. « L'aventure entrepreneuriale reste un pari risqué, où on se remet beaucoup en question, analyse-t-elle. Il était important, après avoir travaillé avec un collectif et passé toutes mes journées avec des personnes soudées dans des unités de blocs opératoires, de rencontrer des personnes bienveillantes, d'échanger sur les doutes qu'on peut avoir. » Elle ne renonce pas à son idée d'ouvrir sa propre bijouterie.

■ JULIE TERRANOVA « J'ai trouvé plus simple de fabriquer mes bijoux »

Elle rêvait d'être styliste. Passionnée dès l'enfance de création manuelle, elle personnalisait ses tenues depuis le collège, les brochant ou les teignant, les agrémentant de bijoux bricolés par ses soins. « Mais, comme j'étais bonne élève, mes parents m'ont poussée à faire une école de commerce », raconte Julie Terranova. Elle a obtenu. Lors de sa formation à l'ESCP Paris, elle est entrée, pour deux ans d'apprentissage, à la régie publicitaire de Canal+. Elle a été embauchée en CDI, mais ses mains la démangeaient. Le week-end, le soir et,

parfois même la nuit, elle fabriquait des bijoux pour ses proches et ses collègues. « J'arrivais le matin avec mes commandes dans de petites boîtes », se souvient-elle. En 2013, à 23 ans, après trois ans et demi à Canal+, elle a décidé de reprendre sa liberté. « J'ai réalisé que cette entreprise n'était pas vraiment faite pour moi. J'ai trouvé plus simple de fabriquer et vendre mes bijoux le jour et de faire un travail alimentaire le soir. » Elle a lancé sa marque, Yay Paris, vendue en ligne et dans des boutiques éphémères, et elle travaillait en soirée dans un cinéma.

Cette double vie a duré un an jusqu'à ce qu'elle entame une formation du soir au CAP bijouterie-joaillerie, donnée par le Greta à l'École Boule. Avec ses économies et les ventes de sa marque, elle a pu vivre et financer sa formation qui a étoffé son bagage d'autodidacte. Elle l'a interrompue au bout d'un an. Elle a préféré continuer à travailler avec sa propre technique artisanale en tissant des fils d'or, associées à des pierres naturelles. Elle revendique « l'art du geste pur, sans aucun procédé industriel, ni moule, ni soudure ».

De 2014 à 2017, elle a fabriqué en solo ses collections, s'installant en 2015 dans un atelier parisien du Marais. En 2017, elle a commencé à embaucher des freelances, puis du personnel à temps plein pour faire face à l'afflux des commandes. Dix ans après la création de sa marque, elle emploie 35 salariés, dont 15 dans son atelier, toutes ses activités étant désormais regroupées dans deux locaux, à Bastille, dans un bâtiment datant de l'Exposition universelle de 1889. Yay Paris a fait florès : en France, la marque est vendue sur son site internet et dans ses cinq magasins, un à Aix-en-Provence et quatre à Paris. Le dernier vient d'ouvrir début mars rue Vieille-du-Temple. En 2023, la marque a réalisé un chiffre d'affaires d'environ 3 millions d'euros, dont 15 % à l'étranger, où elle compte quelques re vendeurs.

Aujourd'hui, Julie Terranova est surtout occupée par la gestion de son entreprise. Mais elle remet encore avec plaisir ses « mains dans la matière », quand il s'agit de développer les nouvelles collections. Dans son atelier, elle a recruté des personnes en reconversion professionnelle, venues de la broderie, de la maroquinerie, mais aussi de la logistique ou de la comptabilité, ou encore diplômées (CAP) de bijouterie-joaillerie. Celles-ci ont d'ailleurs enrichi ses collections de leurs connaissances. Mais, dans tous les cas, elle les forme en interne au savoir-faire spécifique de Yay Paris.

Elle a aussi contribué à pallier un manque dans l'offre actuelle de formations : « Dans l'atelier, explique-t-elle, beaucoup de personnes s'épanouissent dans cette bijouterie de mode, mais elles n'y étaient pas formées à la base. Par ailleurs, les ateliers français positionnés sur ce créneau n'arrivaient pas à recruter. La bijouterie de

mode se distingue de la bijouterie traditionnelle : connectée aux tendances, elle pousse à se réinventer et à innover sans cesse dans les formes et matières. »

De 2020 à 2023, au sein d'un groupe de travail lancé par la Boci (Chambre nationale du bijou), Julie Terranova a ainsi contribué à la création d'une formation d'un an au bijou de mode. Quand Yay Paris poste ses petites annonces sur la rubrique recrutement du site web savoirpouirfaire.fr, visant à valoriser les pratiques de la filière française de la mode et du luxe, Julie Terranova en profite aussi pour communiquer sur la bijouterie de mode et susciter des vocations. L'itinéraire de la jeune femme livre aujourd'hui toute sa cohérence. L'utilité de sa formation initiale en école de commerce est évidente. Mais elle est aussi contente d'avoir commencé à travailler ses bijoux en autodidacte, ce qui a libéré sa créativité. Tandis que sa formation en bijouterie traditionnelle l'a aidée à « comprendre ce milieu ».

■ MAÏSSA ZARD « J'aurais son tiroir en cachette pour porter sa bague en or »

En mars 2020, Maïssa Zard cherchait la bague de ses rêves pour ses fiançailles. « Je ne trouvais pas mon bonheur : une alternative à l'extraction minière et qui correspondrait à mes goûts esthétiques », dit-elle. Depuis sa plus tendre enfance, la jeune femme, qui a grandi à Beyrouth, a toujours été passionnée par les bijoux, et notamment par les bagues. « À chaque fois que je rendais visite à ma grand-mère, raconte-t-elle, j'aurais son tiroir en cachette pour porter sa bague en or sortie de diamants que j'adorais. Lorsqu'elle me l'a léguée, j'ai compris le pouvoir émotionnel d'une création de haute joaillerie : je ressentais son parfum, son rire à chaque fois que je la portais. »

Pourtant, à 18 ans, son bac en poche, la jeune femme a suivi une autre voie pendant dix ans. Elle a commencé par une formation en design à Central Saint Martins à Londres avant de s'inscrire dans une école de mode à Paris, puis de faire une école de commerce dans la capitale britannique. Celle qui a toujours travaillé tout en menant ses études a commencé sa carrière dans la haute couture avant de faire un saut dans le marketing chez L'Oréal et dans l'analyse de données pour le cabinet de conseil Luxury Insight. Jusqu'alors, elle manquait de confiance en elle pour se lancer et jugeait qu'elle n'avait pas les compétences nécessaires.

Sa recherche d'une bague de fiançailles a donc été le déclic : en une semaine, elle a démissionné pour lancer sa propre marque de joaillerie à partir d'or recyclé 18 carats et de diamants de synthèse certifiés neutres pour le climat. « J'ai baigné dans une ambiance familiale très entrepreneuriale avec mon père, relate-t-elle. Il avait fondé une société

De gauche à droite : Sixtine Bonnal (créatrice de la marque Sixtine), Julie Terranova (Yay Paris) et Maïssa Zard (Loyal.e).

de distribution de produits électroniques au Liban. Les planètes étaient alignées. C'était évident pour moi de me lancer à ce moment-là. Cela avait un vrai sens et non plus seulement parce que j'en avais envie. Mes précédentes expériences m'avaient appris à être agile et à toucher à tous les sujets. »

Pendant un mois, elle a suivi une formation intensive à l'Institut national de gemmologie spécialisée dans le diamant à Paris avant de lancer sur internet, un an plus tard, Loyal.e, une marque de bijoux fabriqués à la main à Paris. Loin de maîtriser tous les aspects techniques, elle s'est dès le départ bien entourée. En plus de tous les conseils qu'ils lui ont prodigués, sa famille, ses amis et ses anciens collègues l'ont ainsi aidée sur la création du logo de la marque, pour trouver des fournisseurs ou encore pour la mettre en relation avec des journalistes. « Je n'aurais jamais pu avancer sans leur aide ni leur soutien », reconnaît-elle. Au-delà de ce réconfort moral, elle a également pu compter sur leur appui financier lorsqu'elle a réalisé, en 2021, une première levée de fonds dans son entourage et auprès de quelques business angels de l'industrie du luxe.

Maïssa Zard n'a pas non plus hésité à contacter et à chercher des conseils sur les réseaux sociaux professionnels auprès de personnes du secteur industriel pour avoir leur appréciation sur son projet. « J'ai activé tout mon réseau, explique-t-elle. Je n'ai pas eu peur ou honte de contacter des gens sur LinkedIn et de leur demander de l'aide sur certains sujets. J'ai fait beaucoup de recherches en ligne sur cette industrie et sur ses différents acteurs et participé à des salons pour rencontrer des fournisseurs. »

Si la reconversion s'est heurtée à beaucoup de refus, voire tout simplement à l'absence de réponses, elle a trouvé finalement des partenaires clés : un laboratoire américain qui lui fournit les pierres, un fournisseur d'or en France, deux ateliers à Paris qui fabriquent les pièces de joaillerie sur mesure créées par Maïssa et une start-up française qui fournit des certificats d'authenticité codés en blockchain pour chaque bijou.

Depuis un an, elle peut également compter, en plus de ses trois salariés, sur son mari, Sam, avec lequel elle s'était associée dès le début de l'aventure. Il l'a rejointe en tant que directeur financier et directeur des opérations. Elle poursuit avec lui son objectif de départ de « façonner un avenir plus éthique et responsable pour la bijouterie ». Un objectif qui a permis à l'entreprise d'être la première maison de joaillerie française à obtenir en février la certification B Corp. ■