



Lorenz Bäumer, place Vendôme, où il a ouvert une boutique (à droite). DAVID ATLAN ET VIRGINIE GARNIER

Ce joaillier qui bouscule les codes de la place Vendôme

LUXE Épaulé par Cédric Aumonier, Lorenz Bäumer veut faire miroiter sa marque en jouant sur sa singularité

De tous les grands noms de la place Vendôme, Lorenz Bäumer, 55 ans, reste de loin le plus insolite. « *J'attire une clientèle qui recherche dans un bijou un point de vue créatif fort et une émotion* », souligne le créateur, qui écoule en moyenne 300 pièces par an. Rien n'arrête ce perfectionniste, diplômé de l'École centrale, qui a lancé sa marque en 1992 et exercé un temps ses talents chez Chanel et chez Vuitton.

On lui doit des collections best-sellers comme *Battement de Cœur*, des bracelets reproduisant la courbe d'un électrocardiogramme, ou *Inséparables*, deux perroquets perchés déclinés en bagues, colliers ou boucles d'oreilles. Et quelques prouesses joaillières : une broche scarabée parfumée, des diamants tatoués,

un pilulier en titane et en météorite, jusqu'à la tiare asymétrique portée par Charlene de Monaco lors de son mariage.

Sa boutique ne ressemble à aucune autre : parois tapissées de miroirs et de cristaux, cabane de surfeur – son autre passion – et, en fond sonore, une playlist de variétés françaises. « *J'essaie de ne pas le brider, Lorenz est un créatif pur qui réalise des trucs dingues* », livre son associé Cédric Aumonier, 46 ans, qui a pris 20 % du capital et la direction managériale de l'entreprise, renommée depuis Bäumer Place Vendôme.

Boutique à Doha et diamants de couleur

Après un gros travail de réorganisation, la société est à nouveau rentable, avec un chiffre d'affaires de 3 millions d'euros. Le duo concentre désormais ses efforts sur l'extension du territoire de la marque. « *Nous avons refait notre site d'e-commerce durant la pandémie, ce qui nous a permis de dédoubler notre capacité de distribution* », remarque Lorenz Bäumer, qui travaille à de

nouvelles collections axées sur la nature et des bijoux talismans.

Pour séduire une clientèle plus large et fortunée, la griffe cherche un second souffle loin du fief parisien de la joaillerie :

« *Nous allons ouvrir une boutique hors des sentiers battus dans le futur centre commercial L'Oasis, à Doha, au Qatar, en septembre* », annonce Cédric Aumonier, aux commandes du très disruptif concept store de luxe Webster Miami jusqu'en 2018. Autres projets dans les tuyaux : des corners dans les grands magasins parisiens.

Le tandem vient aussi de nouer un partenariat avec la société Burgundy Diamond Mines, un exploitant de mines de diamants de couleur au Canada, en Australie et au Botswana, pour avoir la primeur des plus belles pierres brutes. Encore rares, ces gemmes, et au premier chef les diamants roses, sont très prisées en Chine.

Le duo pourrait décider d'ouvrir son capital en 2023 pour accélérer son développement à l'international. « *La marque a une vraie identité, remarque un bon connaisseur du secteur, mais si elle veut devenir puissante, elle doit s'ouvrir à des investisseurs de long terme.* » ●

300
PIÈCES VENDUES
par an en moyenne

2023

Année d'ouverture possible du capital pour le développement à l'international