NATHALIE BLANC ET LORENZ BÄUMER, LES YEUX DANS LES YEUX

C'EST LA RENCONTRE DE DEUX SAVOIR-FAIRE D'EXCEPTION. LORSQUE NATHALIE BLANC ET LORENZ BÄUMER S'ASSOCIENT POUR CRÉER LA PAIRE DE LUNETTES PARFAITE, SERTIE DE DIAMANTS EN FORME D'UN BATTEMENT DE CŒUR, LA MAGIE OPÈRE. UNE COLLABORATION ENTRE OPTICIENNE ET JOAILLIER QUI FAIT DES ÉTINCELLES DANS L'UNIVERS DU LUXE.

PAR DOMINIQUE BUSSO

Pour commencer, pouvez-vous retracer vos parcours respectifs ?

NATHALIE BLANC : J'ai commencé mon business avec des boutiques d'optique dans les Hauts-de-Seine. J'y créais mes petites collections et j'ai eu l'occasion de rencontrer des figures de la mode comme Jeanne Damas pour qui j'ai pu dessiner. Devant la réussite de mes collaborations et avec la contrainte d'être soumise à des choix de créateurs qui pensaient détenir la vérité absolue, j'ai décidé de me faire confiance. En 2016, je lance la marque Nathalie Blanc. J'ai revendu mes boutiques et j'ai cherché un showroom au moment où la société commençait vraiment à grandir et à attirer une clientèle étrangère. Je voulais me concentrer sur le « B to C ». J'ai fait le grand saut entre opticienne et entrepreneure.

LORENZ BÄUMER : Je suis né à Washington DC, où mon père était diplomate. Mes parents se sont installés en France et, pour leur faire plaisir, je me suis lancé dans des études d'ingénieur à l'École centrale. Mais ce que j'aimais, c'était la création. Et surtout ces bijoux qui transforment les femmes en princesses. J'ai commencé en créant des bijoux fantaisie que je vendais aux amies de ma mère. C'était une merveilleuse école parce que ça permettait d'entrer en contact et de comprendre ce qui fait rêver les femmes. J'ai réalisé que j'étais fait pour la joaillerie lorsqu'une femme m'a demandé de lui dessiner une pièce de joaillerie. Cela fait maintenant trente ans que j'exerce ce beau métier. J'ai créé toute la joaillerie de Chanel pendant vingt ans. La maison était reconnue pour ses bijoux fantaisie, néanmoins, on a réussi quelque chose de magique dans la joaillerie. À l'époque, il était impossible pour beaucoup d'imaginer qu'une maison de mode puisse avoir une légitimité dans la joaillerie. La collaboration s'est révélée gagnante. Puis le président de LVMH, Bernard Arnault, est venu me trouver pour me proposer le même challenge chez Louis Vuitton. On est en 2007 et je deviens directeur artistique de la joaillerie chez Louis Vuitton, où je reste neuf ans. Grâce à ces belles collaborations, j'ai beaucoup appris. En 2016, je décide de me concentrer sur le développement de ma maison et m'associe avec Cédric Aumonier pour porter cette ambition.

Comment vous êtes-vous rencontrés ?

N.B. : Nous étions amis avant d'entamer notre collaboration. Nos enfants étaient en classe ensemble mais nous sommes devenus amis autour de notre passion du dessin et du beau produit. C'était au moment où je lançais ma propre marque, et je portais déjà des bijoux Lorenz Bäumer. Je lui ai demandé de placer ses battements de cœur signature dans mes créations. Je voulais trouver un moyen de prendre une lunette iconique de chez moi et de joindre nos deux savoir-faire. Il fallait trouver de nouvelles techniques dans nos usines du Jura pour pouvoir sertir les diamants sur les lunettes.

L.B. : Je connaissais Nathalie de réputation, ayant déjà acheté des lunettes chez elle. C'est

© DR

© DR

une femme qui dégage une joie de vivre peu commune. Rencontrer des personnes passionnées fait partie des plaisirs de la vie. Je ne connaissais pas le monde des lunettes, il y avait tout à découvrir. On a décidé de faire quelque chose ensemble et ça a été le début d'une belle aventure, en plein Covid-19.

Qu'est-ce qui vous a motivés à engager cette collaboration ?

N.B. : On avance sur le même chemin. On a le même but : grandir en créant du beau et en se faisant reconnaître. Nous ne sommes qu'au démarrage de nos aventures respectives mais on fait évoluer cette collaboration très joliment. On continue à prendre des modèles iconiques de chez moi et à insérer les petits battements de cœur sur le modèle qui marche le mieux. Il y a une très forte demande. On fait évoluer le produit sur des fabrications en petite quantité, cela rend le produit très exclusif. On aime les mêmes choses. Tout tourne autour du beau et du bon, toujours dans cette rigueur de l'excellence.

L.B. : Être ensemble, ça signifie capitaliser sur ce que l'on a de meilleur. C'est aussi la découverte de l'univers de l'autre. Je découvre le monde des lunettes et Nathalie celui de la joaillerie. Comment les faire coexister ? On a créé cette idée du battement de cœur qui raconte une belle histoire et que l'on fait vivre au fil des collections et des saisons. C'est une histoire à quatre mains où chacun a créé sa partition qui n'en fait bientôt plus qu'une. On ne fait aucun compromis pour que le résultat soit parfait. Bien sûr, on ne parle jamais de technique, parce que celle-ci est au service du résultat, mais elle est bien là. C'est ce qui contribue à l'excellence et à l'expertise que l'on essaye de traduire à travers notre collaboration.

Vous avez tous deux fait le choix de vous concentrer sur vos propres collections ? C'était en quelque sorte un pari ?

N.B. : C'était de la folie. Si Lorenz a fait de grandes études, j'étais seulement opticienne. Mais j'estime que si j'avais fait de grandes études, je n'en serais pas où j'en suis aujourd'hui car il faut avoir de la folie pour créer quelque chose comme ça. Mon envie de me battre pour réussir, apprendre et progresser était un véritable pari. Cette bataille m'a donné des ailes.

L.B. : Chaque jour est un nouveau jour. On ne sait jamais ce qui nous attend. Être passionné aide à surmonter toutes ces difficultés. Il faut simplement foncer et croire en son étoile. Le travail fait le reste... avec un peu de chance !

Vos deux maisons se placent sur un créneau luxe, dans deux secteurs bien distincts. Est-ce qu'il y a une manière différente d'appréhender cet univers ?

N.B. : Nos créations sont faites à partir de matériaux nobles 100 % made in France. La France est le berceau de la lunette depuis le XIVe siècle. Le monde entier achetait ses lunettes venues du Jura

parce que la qualité et la façon de polir y est de loin la meilleure. Toutes nos lunettes de métal sont doublées or.

L.B. : Quand je vois une très belle bague sertie d'un diamant, je ne sais pas toujours dans quel pays celui-ci a été extrait, s'il a été taillé à New York ou à Tel Aviv. Mon rôle est de chercher ce qui se fait de meilleur dans le monde pour chacun de mes clients. En France, nous avons la chance de disposer d'un savoir-faire extraordinaire que le monde entier nous envie. Et ce savoir-faire se transmet de génération en génération pour nous permettre de donner vie à nos rêves.

Quelle est votre définition du luxe ?

N.B. : Le luxe n'est pas lié au prix. Pour moi l'émotion et l'histoire sont plus importants que le matériel. Manger une tartelette au chocolat sur la place Vendôme en profitant de la vue constitue pour moi un luxe. Ce qui importe, c'est l'émotion et le vécu. Le luxe, c'est rechercher quelque chose d'extraordinaire.

L.B. : Le luxe selon moi, c'est la qualité. C'est le travail du produit. Lorsque nos usines du Jura réalisent chaque pierre sertie avec une précision incroyable, c'est un luxe. Aimer de beaux produits, ça fait avancer, grandir, et surtout évoluer dans sa quête de la perfection. Ceux qui ont porté des bijoux Lorenz Bäumer veulent reporter des bijoux Lorenz Bäumer et ceux qui portent des lunettes Nathalie Blanc veulent reporter des lunettes Nathalie Blanc. Parce qu'ils se rendent compte du confort, de la qualité et de l'unicité du produit. J'ai mes petits secrets de fabrication qui font que lorsque la paire de lunettes Nathalie Blanc est en facing, les gens se tournent vers ce modèle pour le confort, car il procure une autre sensation qu'un produit de grande distribution.

Ce qui fait la spécificité des petites maisons, c'est leur agilité. Quel est votre regard sur les grandes maisons du luxe français et la cohabitation entre petites et grandes enseignes ?

N.B. : Je trouve qu'il y a réellement un retour vers le beau produit, vers l'envie de dépenser pour de la qualité. Il y a une volonté d'acheter français depuis la crise sanitaire. Les gens sont plus sensibles au local.

L.B. : Chacun raconte son histoire à sa façon. Il faut être différent et offrir des créations que d'autres maisons ne peuvent pas proposer. Chacune se doit d'avoir son propre univers dans lequel on se sent bien. Un grand groupe va avoir un grand savoir-faire, mais les vendeurs changent

> **“ LE LUXE SELON MOI, C'EST LA QUALITÉ. C'EST LE TRAVAIL DU PRODUIT. LORSQUE NOS USINES DU JURA RÉALISENT CHAQUE PIERRE SERTIE AVEC UNE PRÉCISION INCROYABLE, C'EST UN LUXE.**

tout le temps et il y a beaucoup moins de proximité. Quand on vient chez Nathalie ou chez moi, on va à la rencontre du créateur, d'un conseiller, d'un ami qui vous veut du bien et de celui qui peut décider. J'aime tous mes clients. Chaque rencontre est spéciale et je n'ai pas la même pression du chiffre d'affaires quotidien. C'est une approche fondamentalement différente dans la façon dont on traite nos invités.

Les gens aiment les marques. Mais les nouvelles marques trouvent aussi leur public avec un univers bien à eux. Les histoires se mélangent, il suffit de savoir à qui on s'adresse et pourquoi. Quelqu'un qui a envie de porter une marque reconnaissable ne viendra pas en premier chez moi. La survie des petites maisons se joue sur leur capacité d'être fortes dans leur univers. On peut comparer une petite maison de luxe à une Ferrari. Agile mais attention aux sorties de route !

Les maisons Nathalie Blanc et Lorenz Bäumer en trois mots-clés ?

N.B. : Pureté, luxe et made in France.

L.B. : Beau, excellence et authenticité. ●

© DR