

Portrait

 **Nayla Rached**



EN L'ESPACE DE TROIS MOIS, LES PIÈCES SIGNÉES STEFFY SE SONT IMPOSÉES AUPRÈS DES CLIENTES. COMBINANT ART ET ARTISANAT STEFFY EST LE FRUIT D'UNE COLLABORATION ENTRE STEFFY GEMAYEL, DESIGNER, ET SA MÈRE JANINE, ARTISTE.

« Mères et filles », sous cet intitulé s'est déroulée la session-photo qui a marqué le lancement de la marque dans sa première collection. Un intitulé qui dénote bien l'esprit de Steffy, la connexion avec le produit, la collaboration complice entre la mère et la fille. Janine est artiste, elle compose ses collages manuels et digitaux, en toute liberté de sujets, de couleurs et d'inspiration. Steffy est designer, passionnée de bijoux et de mode, portée par la création dans ces deux domaines complémentaires. Elles parlent à l'unisson au cœur de la bijouterie familiale où a lieu l'entretien.

Elles évoquent ce projet commun, né de l'impulsion de la fille, admirative du travail artistique de sa mère. Et si elle utilisait ses collages comme une base imprimée sur de la soie pour confectionner des foulards, des pièces uniques? Les collages s'allient bien avec le tissu, Janine en a déjà fait l'expérience sur des luminaires.

L'idée se met rapidement en place: le 19 décembre 2017, la ligne est lancée. C'est le boom sur les réseaux sociaux, Steffy fait mouche: le stock est écoulé en moins d'une semaine, et les commandes se multiplient. «

On ne s'y attendait pas », s'exclament-elles toutes deux. Les raisons de ce succès: l'attention aiguë accordée à chaque détail du produit, de la qualité du tissu haut de gamme, soie, cachemire, laine, lin, aux passementeries et jusqu'au packaging. Un vrai travail de fourmi. C'est ce qui attire les clientes, à la recherche, de plus en plus, d'un produit personnalisé, unique, choisi en fonction du caractère de chacune, son goût, son style, des plus classiques aux plus jeunes, de Beyrouth, des pays arabes, de Paris, de Londres. Toujours soucieuse de présenter

des pièces de qualité, taillées sur mesure, Steffy ne recherche pas la commercialisation effrénée de sa marque. « Je veux que la cliente soit entièrement satisfaite de sa pièce, qu'elle sente qu'elle a acheté quelque chose d'unique. C'est ce qui différencie les pièces Steffy des autres présentes sur le marché ». Son objectif: la vente en ligne et les concept-stores, à mesure que la marque s'élargit, en attendant la 4e collection d'été, incluant des pièces destinées à la plage.

www.steffygemayel.com