

JENNY COLLINET: Bracelets voyageurs

par Isabelle Bagnoud Loretan



> Jenny Collinet et Delphine Crech'riou, stylistes.

Jenny Collinet, hôte fidèle de Crans-Montana, dirige depuis trois ans Hipanema avec Delphine Crech'riou.

Une aventure débutée sur les chapeaux de roue à la réussite fulgurante.

Jenny Collinet et Delphine Crech'riou, stylistes de formation toutes les deux, voyagent au même moment au Brésil, lorsqu'un ami commun les met en contact. Elles se retrouvent sur la plage d'Ipanema. Belle rencontre. Rapidement s'impose

l'idée de la création d'un bracelet ethnique avec un fermoir aimanté chic qui ferait toute la différence. A leur retour, les deux

> manchette SILVERHYPE
Hipanema.



> manchette GREEN PEACE
fermée Hipanema.

Jenny Collinet, a faithful visitor to Crans-Montana, has been running Hipanema with Delphine Crech'riou for three years.

A venture that got off to a flying start and has been a resounding success. Jenny Collinet and Delphine Crech'riou, both of whom trained as fashion designers, were travelling in Brazil at the same time when a friend got them in touch with each other. They met on the beach in Ipanema. A great encounter. Very rapidly, the idea came to them for the creation of an ethnic bracelet with a chic magnetic clasp that would make it very distinctive. When they got back, the two young women broke their piggy banks and, a few months later, they launched Hipanema. A colourful bracelet with pearls, ribbons or shells, which, contrary to the Brazilian bracelets, can be undone, tied as a cuff and taken off in the evening. Amulets that can be collected and changed at will, the ethno accessory for very urban wear.

Between 8,000 to 300,000 bracelets

The creations were rapidly relayed by the bloggers. "Every fortnight, people were calling us to stock up their shops...", Jenny, who is just 30, remembers. From 8,000



> manchette
GREEN PEACE
ouverte
Hipanema.

jeunes femmes cassent leurs crousilles et lancent Hipanema quelques mois plus tard. Un bracelet coloré avec perles, rubans ou coquillages mais qui, contrairement aux bracelets brésiliens, se défait, se noue comme une manchette et s'enlève le soir. Des grigris qu'on accumule et qu'on change à loisir, l'accessoire ethno d'une tenue très urbaine.

De 8000 à 300 000 bracelets

Les créations sont rapidement relayées par des blogueuses. «Tous les quinze jours, on nous appelait pour alimenter les boutiques...», se souvient Jenny, tout juste 30 ans. De 8000 pièces à ses débuts, Hipanema produit trois ans plus tard 300 000 bracelets. Les vêtements et accessoires ont suivi, avec un premier maillot de bain, puis un vestiaire dédié à la plage avec robes légères, chapeaux, tongs... Aujourd'hui, une centaine d'articles sont proposés par saison. La prochaine nouveauté? Des lunettes de soleil produites en France. «Nous avons encore plein d'envies: faire du meuble, de la vaisselle, des parfums ou du maquillage. Mais ce sont encore des projets et nous resterons toujours dans notre style ethnique et abordable», confirme la Parisienne qui dirige aujourd'hui une trentaine d'employés.

Si Delphine s'occupe de la création, Jenny tient les rênes administratives et financières de l'entreprise, rapidement elles ont trouvé leurs marques, laissant encore libre cours à leurs envies.

Libre cours aux envies

«Être créatif et se faire plaisir reste essentiel à nos yeux. Nous proposons aux consommatrices un vrai univers coloré, d'inspiration bohème, mais au fond, nous suivons surtout nos envies.» Le voyage? Elles y pensent toujours. Pour casser le rythme infernal de Paris, rencontrer d'autres personnes et trouver des idées. Cet hiver d'ailleurs, les deux amies se retrouveront à Ipanema. •

items at the beginning, Hipanema is producing 300,000 bracelets three years later on. Clothing and accessories have followed, first came a swimsuit, then a wardrobe for the beach with light dresses, hats and flip-flops...

Today, a hundred or so articles are on offer per season. The next novelty? Sunglasses manufactured in France. "There are still lots of things we want to do: make furniture, crockery, perfumes and makeup... However, these are just projects and we'll always keep to the same affordable ethnic style", confirms the Parisian, who now manages about thirty employees. It is Delphine who looks after the creative side of things, while Jenny holds the administration and financial reins of the busi-

ness, very quickly they organised themselves, while still allowing their inspiration to flow at the same time.

Free flowing inspiration

"Being creative and enjoying yourself remain essential as far as we're concerned.

We are offering consumers a really colourful universe, of bohemian inspiration, but deep down we're above all following our inspiration." Travel? It is always on their minds. In order to break the infernal Paris pace, meet other people and find new ideas.

This winter, moreover, the two friends will be meeting up in... Ipanema. •



> Un foulard frangé WOLF Red Hipanema.