

Bogère : en mode chic et accessible



Émilie Boland fait tout précocement. Ayant la mode dans le sang depuis toujours, elle commence une carrière dans le mannequinat dès l'âge de 16 ans, remporte le concours de Miss Luxembourg à 25 ans en 2020, représente le pays pour le titre de Miss Monde un an plus tard et devient chef d'entreprise à 27 ans. Guidée par son idée de l'élégance, du style et de la qualité, elle a créé une marque de mode et ouvert une boutique en plein cœur de Luxembourg-ville.

La boutique [Bogère](#) a ouvert ses portes en avril 2025, à la place de l'ex-magasin *House of Diamonds*, au **5 rue des Capucins** à Luxembourg-ville. Elle propose une sélection de pièces chic et épurées à des prix abordables : certaines sont imaginées par Émilie, d'autres soigneusement choisies auprès de fournisseurs triés sur le volet. Émilie Boland a eu un véritable coup de cœur pour l'endroit, tout en longueur et en intimité, très bien placé en centre-ville et jouissant de belles vitrines de part et d'autre d'une porte centrale à colonnades.

rich.lu

trinej
S

3

Dr. Bodo Lüttenberger
Dr. Franca Tolosa-Sewu
Molekulare Genetik
Marion Gundersen
Klinische Genetik

Dr. Hélène YOULA
Pediatre
Néonatalogie et maladies rares
Tél. : 38 55 55
M. 2740

INSTITUT DE
CYBELL
Tél. : 25 25 10 84
M. 2740

LEGACY LUX SYS
M. 2740

Dr. KLEMMER Olivier
Dr. BENABADJI Nabil
Médecine - Dermatologie
Tél. : 47 24 84
M. 2740

Friedrich

VEEK
VIKES

SAVO

SAVO

AJ Sirona
(Luxembourg)
Acquisition S.A. s.r.l.
W. Sirona
Luxembourg S.A. s.r.l.







Émilie Boland a eu le coup de foudre pour le local commercial de la rue des Capucins, aux vitrines généreuses, qu'elle occupe depuis avril 2025. (crédit : Emmanuel Claude / Focalize)

Quel est votre parcours et comment en êtes-vous venue à ouvrir votre propre magasin de vêtements ?

J'ai toujours aimé la mode. Ma mère est un modèle pour moi. Elle travaillait dans le secteur financier et était toujours très chic. Je souhaite lui ressembler, avoir son **élégance**. À l'adolescence, j'ai grandi vite et j'étais très mince. J'ai été repérée à l'âge de 16 ans pour faire du mannequinat, ce qui n'a fait que renforcer ma passion pour la mode. Grâce à cette première expérience, j'ai découvert les coulisses de la mode, par exemple le fait que l'on travaille minimum 6 mois à l'avance pour construire une collection. J'ai aussi été très impressionnée par les experts en couleur qui définissent les tendances pour les 4 années suivantes. En général, les grandes maisons de couture sont précurseurs. Elles dictent le **style** du moment et ensuite le reste de l'industrie suit. Moi-même, je les prends comme source d'inspiration pour mes collections, sans jamais copier leurs modèles bien sûr. Ce que j'ai appris et vécu à ce moment-là m'a donné envie de rester dans ce milieu. Beaucoup d'ex-mannequins deviennent photographes de mode mais moi je n'étais pas attirée par ce métier. Je voulais faire quelque chose en contact avec des clients. J'ai donc assez vite pensé à ouvrir un magasin. Au départ, mon idée était d'ouvrir une franchise *Victoria's secret* mais finalement j'ai préféré être aux commandes de ma propre marque.

Comment vous êtes-vous préparée à cette étape professionnelle ?

Tout ce qui concerne le vêtement lui-même, étant passionnée, je l'avais appris sur le terrain pendant ma carrière de mannequin. Le **stylisme**, je l'avais en moi. Je dessine des modèles depuis toute jeune. Mon père étant entrepreneur lui-même, il m'a aussi beaucoup appris. Il m'a notamment conseillé de ne pas sous-estimer les charges liées à l'exploitation d'un business. Pour parfaire mes connaissances, j'ai suivi le parcours de formation [Business management tool box](#) proposé par la Chambre de Commerce. Cela m'a été très utile, notamment pour les aspects juridiques et comptables. Pour obtenir une autorisation d'établissement il faut d'ailleurs pouvoir démontrer que l'on a ce type de qualification.

Avez-vous rencontré des difficultés pour lancer votre activité ?

Au tout début, j'ai eu une grosse déconvenue mais cela m'a beaucoup appris. Pour mes premiers modèles je voulais tout faire en Italie, pays dont j'admire le style et l'élégance. Je suis donc partie à Milan pour trouver des fournisseurs de tissus et des ateliers de confection. J'ai très vite rencontré deux femmes séduites par mon projet et qui m'ont proposé de m'aider à sourcer les tissus et à trouver un fabricant local. Malheureusement, j'ai découvert par la suite que la fabrication n'était pas faite en Italie, mais qu'elles l'avaient sous-traitée en Turquie contrairement à ce qui était convenu. Je me suis rendue sur place à Istamboul et, heureusement, j'y ai constaté que la fabrication était

de grande qualité. Cette mésaventure m'a donc finalement permis de rencontrer un fournisseur qui continue de travailler pour moi aujourd'hui. Mais cela m'a aussi appris à être plus vigilante sur le choix de mes partenaires.

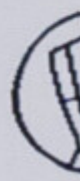
Où vous fournissez-vous aujourd'hui ?

Maintenant, j'ai établi des contacts solides avec des gens sérieux. Je sais donc parfaitement à qui m'adresser. Pour le choix des collections existantes, je vais à Paris ou en Italie. À Paris, je reste une journée et je rencontre plusieurs fournisseurs. En Italie, je passe régulièrement une semaine car il y a un nombre important d'ateliers, chacun spécialisé sur une matière, le cachemire, la soie, le coton, le lin, etc. Maintenant, ces fournisseurs savent ce que je cherche, ils connaissent le style de ma marque, donc il n'est pas rare qu'ils m'envoient des photos de leurs nouveautés en amont de mes déplacements. Ils opèrent même une première sélection, ce qui me fait gagner beaucoup de temps.

Pour **mes propres collections**, je continue à aller en Turquie. Il m'arrive aussi d'acheter des tissus ailleurs, que je leur envoie pour la confection de mes modèles.

Enfin, je travaille également avec une couturière, ici au Luxembourg, pour les retouches demandées par les clientes et pour des demandes un peu exceptionnelles. Je lui ai confié récemment la personnalisation d'un tailleur, à transformer en costume de scène strassé pour la chanteuse Tali qui partait faire un show important à Miami.





FASHION

THE VISUAL
OF FASHION

HISTORY / STYLING
ACCESSORIES / TRENDS
BODY / BEAUTY

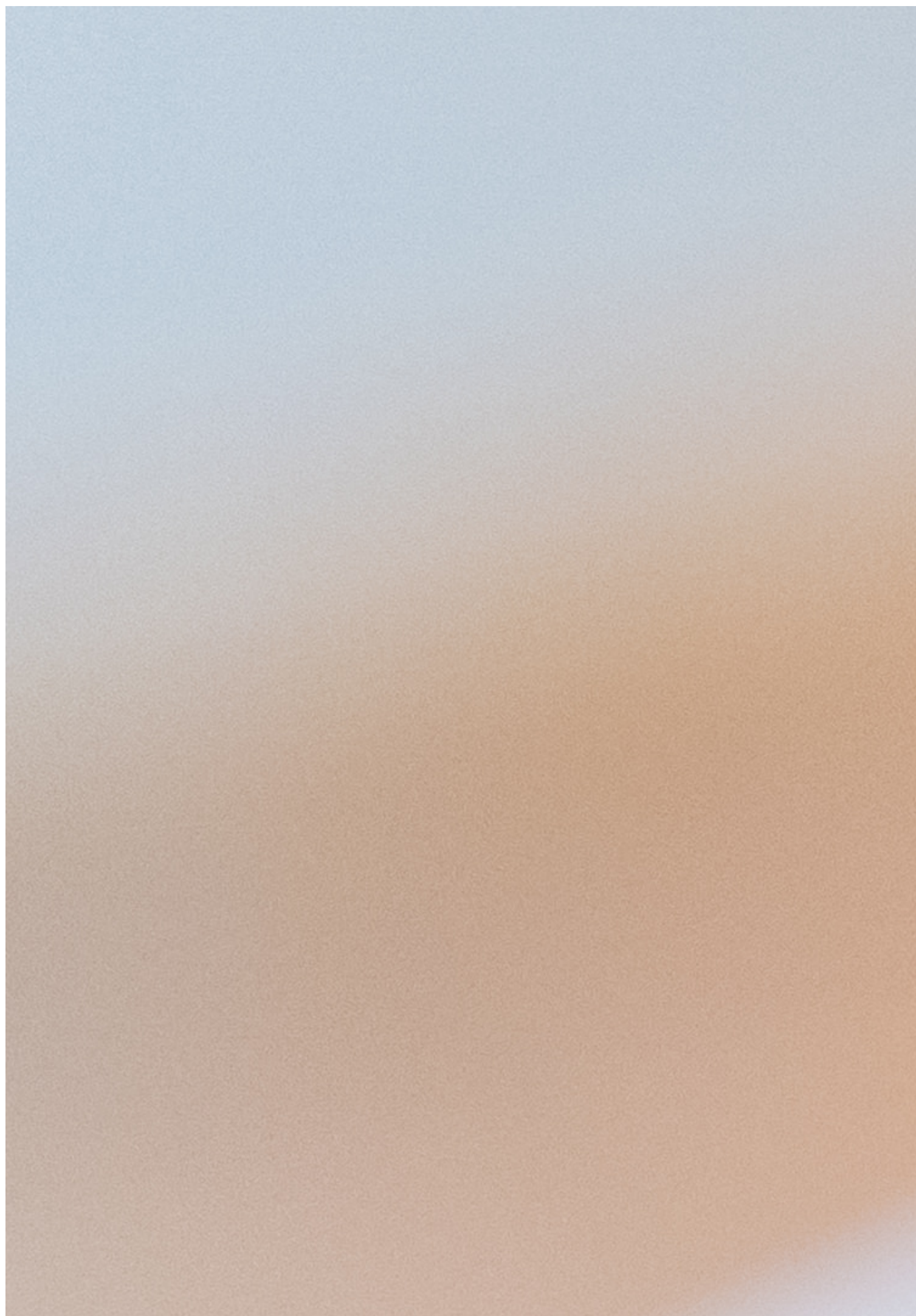
Émilie Boland, qui a appris le stylisme par passion, dessine elle-même une grande partie des modèles vendus dans la boutique Bogère. (crédit : Emmanuel Claude / Focalize)

Le fait que vous ne disposiez pour le moment que d'un seul point de vente peut laisser penser que vos commandes sont réalisées en petites quantités. Comment parvenez-vous à obtenir de bons prix ?

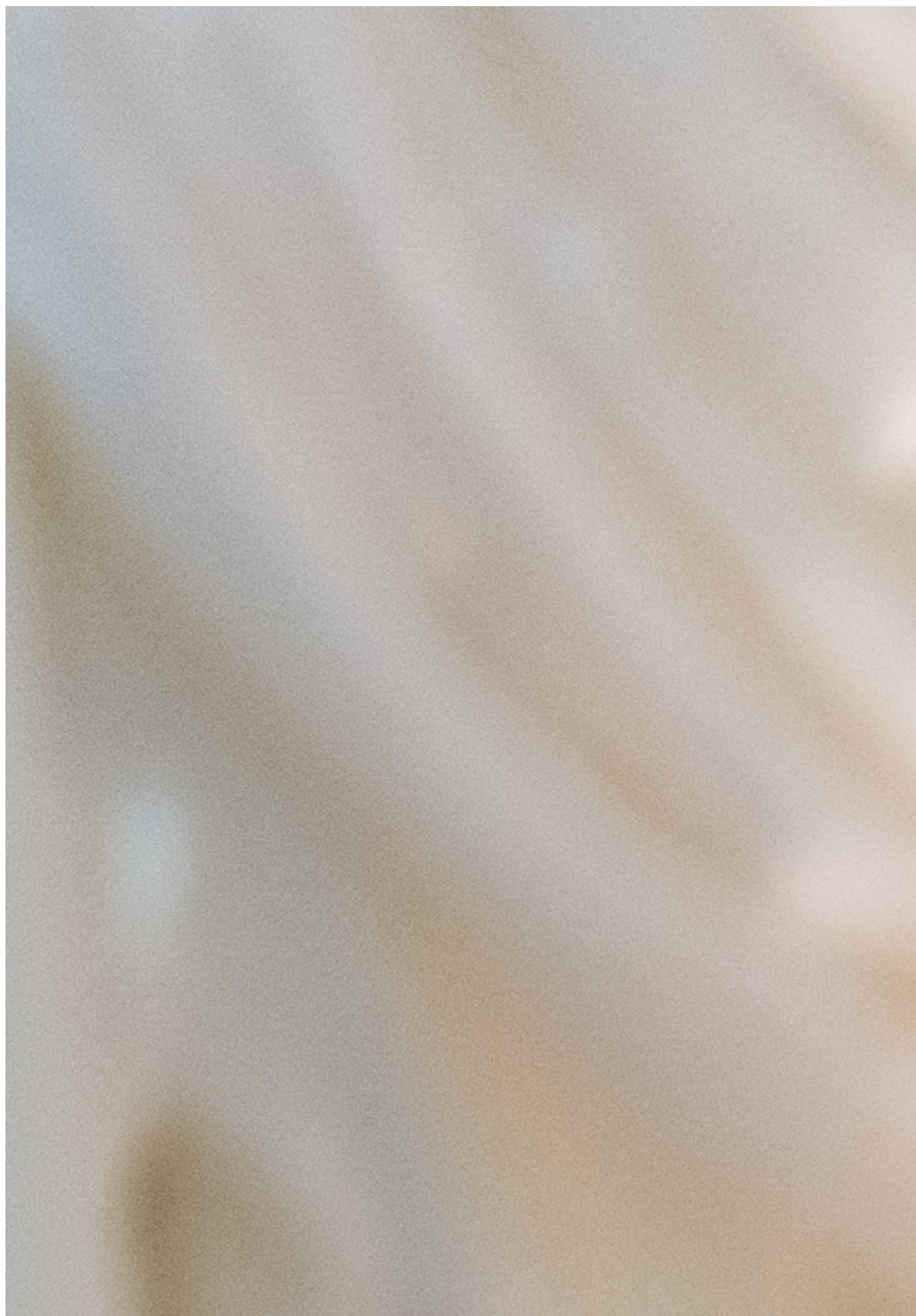
Il est vrai que certains fournisseurs imposent des quantités minimales. C'est le cas de mes partenaires parisiens qui ne vendent pas en dessous de 5 pièces par taille. C'est embêtant car, selon les modèles, certaines tailles se vendent mieux que d'autres. Pour garder des prix de vente abordables, j'équilibre mes collections entre produits de catalogues, souvent fabriqués en Asie, moins chers et des créations sur mesure à partir de mes croquis, qui sont plus chers à l'achat. Pour la cliente, ceci est transparent, je répartis les coûts sur l'ensemble des modèles ce qui donne un **prix moyen satisfaisant**.

À quelles clientes s'adressent vos collections ?

Quand j'ai commencé, je visais plutôt des jeunes femmes de 16 à 25 ans mais j'ai très vite constaté que c'étaient des femmes un peu plus âgées qui appréciaient mes modèles. Il est vrai que les vêtements que je vends sont parfaits pour des **femmes actives** qui doivent être impeccables et soignées tout en étant modernes. J'ai beaucoup de clientes qui travaillent dans la finance ou des cabinets d'avocat. J'ai aussi une clientèle fidèle de jeunes pensionnées qui veulent rester actives, chics et « *dans le coup* ». La plupart de mes clientes résident au Luxembourg mais chaque été, j'ai aussi quelques touristes, notamment des Belges et des Néerlandaises. Mon emplacement en plein centre-ville attire aussi une clientèle de passage. Au départ, je tenais beaucoup à trouver un local dans la Grand-rue. J'étais d'ailleurs en passe d'y signer un bail mais quelqu'un m'a signalé cet espace-ci, rue des Capucins et j'ai eu un coup de foudre que je ne regrette pas du tout.











Les vêtements Bogère privilégient la simplicité, avec des coupes droites et des tons élégants, qui ciblent des femmes actives exigeantes sur le style. (crédit : Emmanuel Claude / Focalize)

Que pensez-vous de la dynamique commerciale de la ville de Luxembourg ?

À Luxembourg peu d'enseignes sont positionnées sur le **moyen-haut de gamme abordable**. La concurrence est donc moins intense que dans d'autres grandes villes européennes. Et ici, le pouvoir d'achat est plus élevé qu'ailleurs donc la dynamique est bonne. Ma gamme de prix est bien inférieure à celle des grandes marques avec lesquelles les clientes me comparent et cela joue en ma faveur. C'était ma volonté de ne pas me positionner sur le luxe car je voulais un magasin vivant avec beaucoup de passage.

Utilisez-vous internet pour vendre davantage ou vendre au-delà des frontières ?

En fait, j'ai commencé par **vendre en ligne** pendant 2 ans avant d'avoir mon local commercial en ville. Les ventes ont démarré très vite, très fort. Il faut dire qu'une communauté importante me suit sur les réseaux sociaux depuis mon élection à Miss Luxembourg. J'ai donc vendu 80% de mes modèles en quelques jours. Grâce à ce phénomène viral, je n'ai encore jamais dû faire de publicité. La presse s'intéresse aussi naturellement à mon activité. Avant même mon lancement, *L'essentiel* avait fait paraître un article et avait annoncé la date de l'ouverture de mon site internet.

Aujourd'hui, le site sert surtout de vitrine que les clientes visitent pour repérer les modèles qui leur plaisent et venir ensuite les essayer et les **acheter en boutique**. Je ne mets pas tous les modèles en lignes car certaines petites séries partent vite, je préfère les garder pour les ventes en magasin.

Votre magasin est encore tout récent, êtes-vous satisfaite de son démarrage?

Oui vraiment et une fois de plus je dois ce bon départ aux **réseaux sociaux** ! Je pense que j'ai un autre atout, c'est de parler le luxembourgeois. Cela me permet d'avoir un contact beaucoup plus personnel avec mes clientes luxembourgeoises qui apprécient beaucoup nos échanges. Du coup, elles restent plus longtemps en boutique. Le magasin est situé au rez-de-chaussée d'un immeuble où il y a des cabinets de médecins. En sortant de leurs rendez-vous, les clientes poussent donc assez naturellement la porte de mon magasin pour un moment convivial qui allie shopping et confidences.

En Europe, beaucoup d'enseignes de prêt-à-porter souffrent et ferment des points de vente. Est-ce que cela vous inquiète ?

Non, car je fais les choses prudemment, étape par étape, comme me l'a toujours conseillé mon père. Il ne faut pas être trop gourmand d'un coup. Je ne rêve pas d'ouvrir des dizaines de points de vente. Je fais ce métier par passion avant tout, pas pour faire fortune, même si je suis très contente des chiffres actuels. À l'avenir, j'aimerais ouvrir un deuxième magasin, sans doute **une boutique pour hommes** car le pays est trop petit pour un second magasin pour femmes. Et je

souhaiterais me développer ensuite en proposant ma marque à l'**international**, par exemple à Barcelone où il existe une bonne dynamique commerciale.