



Comment Celinni a démocratisé le bijou de luxe en diamant naturel

1

Celinni, avec à sa tête un des rares membres de la bourse du diamant brut d'Anvers (moins de 10 en France) qui permet un accès à une offre exclusive permet à ce bijoutier en ligne d'assurer des prix ultra compétitifs dans le monde du diamant brut. Interview de David Sussman, fondateur de la Maison Celinni



PARTENAIRE DE CHALLENGES · 14 AVRIL 2025 À 15H00 · LECTURE 4 MIN

Challenge : Vous dirigez la Maison Celinni, spécialisée dans le diamant naturel.

Pourquoi ce choix assumé face à la montée des pierres synthétiques ? David Sussman : Chez Celinni, nous avons fait le choix du diamant naturel, non pas par nostalgie, mais par conviction. Un diamant naturel, c'est un fragment de la Terre, façonné pendant des millions d'années. Il est rare, unique, porteur d'émotion et de valeur. À l'inverse, un diamant synthétique est produit en quelques jours, en usine. Ce n'est pas le même symbole, pas le même message. Nos clients recherchent quelque chose de vrai, d'intemporel. Nous leur proposons un patrimoine, pas un simple produit.

Challenge : La traçabilité et l'éthique sont des enjeux majeurs dans la filière du diamant naturel. Quelle est votre position sur ce sujet ? Achetez-vous des diamants éthiques ? **David Sussman :** Nous sommes très attentifs à l'origine de nos diamants. Contrairement aux idées reçues, l'Inde est aujourd'hui l'un des pays les plus en avance en matière de traçabilité, de responsabilité sociale et de conditions de travail dans la taille des diamants. Surat, au Gujarat, est la capitale mondiale du diamant taillé. Nous y avons construit des relations de confiance avec des partenaires sélectionnés, engagés et certifiés. L'Inde est aujourd'hui la source d'approvisionnement la plus éthique, la plus responsable et — il faut aussi le dire — la plus compétitive en termes de prix. Cela nous permet d'offrir à nos clients des pierres exceptionnelles à des prix justes.

Newsletter^s

Recevez les analyses et les exclusivités de la rédaction directement dans votre boîte mail.

DÉCOUVRIR →



Artprice by Artmarket félicite Xie Lei, lauréat du Prix Marcel Duchamp 2025, décerné par l'ADIAF au Musée d'Art Moderne de Paris

PARIS, LUN., OCT. 27 2025 16:09



Expleo AI Pulse : Expleo analyse les évolutions de son indice mensuel de confiance de l'IA des dirigeants d'entreprises

PARIS, LUN., OCT. 27 2025 09:00



AdCreative.ai, une société du groupe Appier, lance une application mobile pour mettre la création publicitaire professionnelle à la portée de tous.

PARIS, JEU., OCT. 23 2025 13:10



Sopra Steria reconnu parmi les multi-cloud publics

PARIS, LUN., OCT. 20 2025 10:00



Atelier Expressions annonce l'acquisition de la manufacture française de porcelaine de Limoges JL Coquet

LIMOGES, FRANCE, JEU., OCT. 9 2025 19:03

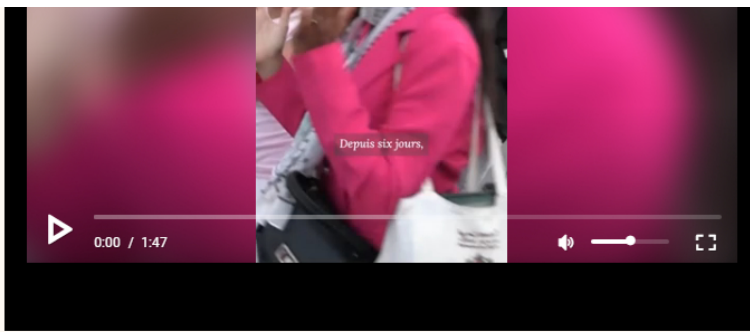
Plus de communiqués

Vidéo

Sur le web : GenZ 212 : qu'est-ce que ce mouvement qui embrase le N...

GenZ 212 : qu'est-ce que ce mouvement qui embrase le Maroc?





Challenge : La Maison Celinni se distingue aussi par son offre de bijoux sur mesure.

Pouvez-vous nous en dire plus sur ce service haut de gamme ? David Sussman :

Absolument. Nous croyons que chaque bijou doit raconter une histoire. C'est pourquoi nous avons développé un service de création sur mesure dans nos 25 points de vente, en France comme à l'international. Nos clients peuvent choisir leur pierre, leur monture, et travailler avec nos designers pour créer une pièce unique, à leur image. Grâce à notre atelier de joaillerie et à un savoir-faire d'excellence, nous accompagnons chaque projet de la conception à la réalisation. Cela peut être une bague de fiançailles en diamant ou autre, un bijou de naissance ou une pièce de Haute Joaillerie. Chez Celinni, le luxe reste accessible, mais toujours personnalisé.

Newsletter L'Essentiel

Chaque soir à 18h, notre newsletter L'Essentiel vous offre un condensé de l'actualité du jour vue par Challenges

E-MAIL

S'INSCRIRE

Challenge : Vous êtes issu d'une lignée de diamantaires. Comment votre héritage

familial influence-t-il votre approche aujourd'hui? David Sussman : Je suis la cinquième génération d'une famille de diamantaires. C'est un héritage qui m'a transmis la passion du métier, mais aussi une exigence de rigueur et de respect du client. Très jeune, j'ai appris à reconnaître une pierre, à écouter ce que cherche un futur acheteur, à raconter l'histoire du diamant. Aujourd'hui, je m'efforce de faire vivre cette tradition tout en modernisant notre approche. La Maison Celinni, c'est à la fois l'héritage et l'innovation, qui offre des [bijoux de luxe en ligne](#).

Challenge : Justement, comment, de diamantaire, la Maison Celinni se réinvente à

l'ère du digital, une joaillerie en ligne? David Sussman : Nous avons été l'une des premières maisons de joaillerie à digitaliser entièrement l'expérience d'achat de diamant. Notre site propose une base de données de plus de 150 000 diamants naturels certifiés, consultables en temps réel, avec des vidéos HD, des certificats GIA, IGI ou HRD, et un accompagnement en ligne. Mais le digital ne remplace pas l'humain. C'est pourquoi nous avons aussi développé des showrooms dans 25 villes, pour accueillir nos clients physiquement, leur offrir un moment privilégié, et les conseiller au mieux.

Challenge : La Maison Celinni coche de nombreuses cases : diamantaire en ligne, joaillerie à bas prix, made in France. Quelles sont vos ambitions pour les années à venir ? David Sussman :

Continuer à démocratiser l'accès au diamant naturel, sans jamais sacrifier la qualité ni l'éthique. Développer notre présence à l'international, renforcer notre activité de Haute Joaillerie, et continuer à former la nouvelle génération aux valeurs qui nous sont chères : excellence, transparence et émotion. Je veux que Celinni reste une maison indépendante, audacieuse, tournée vers l'avenir — tout en gardant les pieds sur terre et le cœur à la bonne place.

<https://www.celinni.com/fr/>

TaboolaFeed

