

Lego et les couleurs, des adultes fans de la petite brique iconique

/// Sous le sapin, Lego ravit toutes les générations.

/// A Brick Occasion SA, Christophe Durussel et Edwige Panchaud voient affluer un nombre croissant de grands enfants friands des célèbres boîtes de construction.

/// Le succès est tel que le prix des petites briques peut parfois s'envoler.

MARTINE MACHY

BULLE. C'est un vendredi matin ensoleillé de novembre. Sûrement que les écoliers comptent les minutes trop longues jusqu'à la récréation. Du côté du centre Velâdzo, chez Brick Occasion, Christophe Durussel et Edwige Panchaud accueillent leurs premiers clients pour qui l'école n'est plus qu'un lointain souvenir. Dans leur vaste magasin dédié aux Lego, ouvert tous les jours depuis un an en ces lieux, près de 70% de la clientèle est adulte. Trois profils se distinguent: les passionnés fidèles depuis l'enfance, les parents revenus aux briques avec leur progéniture et les grands-parents découvrant la marque danoise aux côtés de leurs petits-enfants.

Le paradis du Lego

Entre les sets pour tous les âges, les pièces détachées et les produits dérivés, Brick Occasion offre un vaste choix. Depuis son partenariat conclu en 2020 avec Lego Suisse, le commerce vend aussi bien du

neuf que de l'occasion, un concept unique dans le pays. «Nous sommes le Morard du Lego», sourit Christophe Durussel, en clin d'œil à l'ancienne quincaillerie bulloise. Plus de 1200 tiroirs renferment les trésors du magasin, précisément 91 927 pièces détachées, lavées à 40° si nécessaire, classées par couleur et répertoriées chez Lego Suisse. «Chaque mois, nous trions 250 kilos d'éléments vendus à l'unité, de 15 centimes à quelques francs pour les plus rares. Nous aidons ainsi ceux qui recherchent un composant perdu ou cassé», explique-t-il.

Clients venus de partout

A l'entrée de l'atelier, une carte du monde en briques Lego affiche l'origine des acheteurs: Australie, Inde, Sri Lanka, Koweït, Sénégal, Paraguay, ... Proche de la gare, Brick Occasion attire autant les touristes que les locaux. «La clientèle adulte est très variée. Certains retraités améliorent leur motricité fine. D'autres personnes parviennent à calmer leurs



A Brick Occasion, la clientèle de Christophe Durussel et Edwige Panchaud est formée à 70% d'adultes. ANTOINE VULLIUD

tremblements», confie Christophe Durussel. Pour expliquer la popularité de Lego auprès des adultes, le patron avance deux raisons. «Le Covid a bien sûr ramené les gens vers des activités d'intérieur. Mais l'émission *Lego*

Masters sur M6 a permis un véritable coming out du Lego. Les fans avaient tendance à se cacher dans leur cave.» Selon lui, les passionnés de plus de 18 ans représentent 30% à 40% de ses clients. «La firme joue aussi sur la nostalgie des grands, comme pour le kit Game Boy.»

Quant à sa compagne Edwige Panchaud, elle analyse son propre engouement: «J'aime comprendre les techniques de construction, mais je préfère me lancer dans une création avec un bac de pièces. Monter un Titanic selon un plan précis est trop répétitif pour moi.»

Collectionneur avant tout

«Mon job de rêve aurait été de gérer un magasin Lego. Aujourd'hui, Brick Occasion est mon dealer», plaisante Patrick Gaillard, directeur engineering chez Condis. Il se souvient de sa première grande boîte reçue dans les années septante: «Le château jaune. L'ouverture du set était un moment surréaliste.» A la recherche de mètres carrés pour abriter ses quelque 850 000

«Certains retraités améliorent leur motricité fine. D'autres personnes parviennent à calmer leurs tremblements.»

CHRISTOPHE DURUSSEL

briques, cet AFOL - Adult Fan of Lego pour les initiés - consacre un tiers de sa cave à sa pratique.

Statue de la Liberté, tour de Raiponce, mosaïques de Bip Bip et Coyote, Formule 1 et surtout des bateaux du XVI^e et XVII^e siècle: il peut tout construire. «On démonte une maquette pour faire autre chose. Les seules limites sont l'imagination, la place et le budget.» Créateur de MOC (My Own Creation) en solitaire, il partage sa passion au sein de l'association LELUG (Léman Lego User Group) qui organise expositions et ateliers dans les écoles ou les hôpitaux.

Aussi pour les femmes

La pédiatre Maria Carolina Isea a décoré son cabinet bullois avec des créations en Lego: perroquets, fleurs, figurine de Stitch, boîte à mouchoirs... Originaire du Venezuela, elle n'a pas de souvenirs liés à la marque. «C'était un jouet masculin et assez rare. J'ai découvert les sets avec mes trois enfants. La maison en est pleine!» Grâce à l'application Lego Builder, elle a répertorié 281 boîtes familiales.

«Notre passion crée des moments de partage, développe l'imagination, la créativité et la motricité. Pas besoin de téléphone! Trier des pièces détend aussi.» Samedi 13 décembre, son deuxième enfant et son mari participeront au *First Lego League Challenge*, le championnat de robotique de l'EPFL. De son côté, Maria Carolina Isea a glissé *la Nuit étoilée* de Van Gogh et la galaxie *Milky Way* sur sa liste de Noël. ■

www.brickoccasion.ch
www.brick-team.ch



Patrick Gaillard consacre un tiers de sa cave aux Lego. Il peut tout construire. CHILOÉ LAMBERT

De la vente à la spéculation

En 2024, Lego a battu des records: plus de 9 milliards de francs de chiffre d'affaires et 1,7 milliard de bénéfice net. La société ne communique aucun chiffre pour la Suisse, mais les enseignes de la région constatent un intérêt croissant des adultes pour la célèbre brique. D'après Laurence Wuethrich, responsable des produits éditoriaux chez Fnac Suisse, la marque danoise est l'une des plus grosses progressions dans la catégorie jouets, avec près de 40 000 kits vendus.

Le porte-parole de Manor confirme le phénomène: «La marque séduit depuis plusieurs années petits et grands, avec un catalogue en constante évolution et un élargissement significatif de

l'offre pour les adultes. Cette dynamique s'est encore renforcée avec le lancement de la gamme Lego Botanicals.» Parmi le top 3 des sets les mieux vendus chez Manor Bulle, on retrouve justement un bonsaï et une orchidée miniature, la Porsche GT4 e-performance arrivant sur la deuxième marche du podium. Les gammes Technic, Icons ou Architecture restent également prisées.

Chez Brick Occasion, fleurs, véhicules, kits rétro et martin-pêcheur figurent parmi les best-sellers. Le magasin mise sur la qualité plutôt que sur la course aux rabais. «Nous ne cassons pas les prix comme dans la grande distribution. Les pièces de

«Mon père m'a toujours dit de conserver les cartons. Sans emballage, la valeur des kits peut chuter de 30%.» **LOUIS***

collection sont vendues à un tarif éthique et les sets du catalogue restent au même prix toute l'année. D'où l'intérêt de proposer d'autres activités», explique Christophe Durussel.

En décembre, un diorama «Scooby-Doo découvre la Suisse», créé avec l'association Bricks Team Suisse romande, sera visible au Velâdzo. «La maquette compte plus de 100 000 pièces sur 10 m²», précise Guillaume Pasquier, président du club gruérien.

Appât du gain

Etudiant en commerce à Bulle, Louis*, 19 ans, a profité de la vague Lego pour arrondir ses finances. Fan de Star Wars, il collectionne les boîtes depuis l'enfance. «Mon père m'a toujours dit de conserver les cartons. Sans emballage, la valeur des kits peut chuter

de 30%.» Selon lui, les figurines sous licence comme *Pirates des Caraïbes*, *Le Seigneur des Anneaux* et surtout *Star Wars*, sont très cotées. «Sur la plate-forme Bricklink, la figurine de Darth Revan se négocie en moyenne autour de 400 francs. Sept pièces en plastique qui se vendaient au départ à 4 ou 5 francs!»

Après avoir liquidé toute sa collection et revendu des modèles collectors via la plate-forme Ricardo, Louis a mis fin à ses affaires. «La spéculation fonctionne à la dopamine. Comme au casino, il faut aussi accepter de perdre.» Il estime avoir gagné 8000 francs. De quoi s'offrir le serre-livres du Balrog – le démon du *Seigneur des Anneaux* – avant qu'il ne soit hors de prix. **MM**

*Prénom d'emprunt