



Collier « Empreinte de Femme N°8 », argent 925 millièmes rhodié et palladié, 7 perles de culture de Tahiti 11/12mm. Prix de vente constaté : 1 250 euros ttc.

Iza.B, quand le rêve devient perle !

Interview réalisée par Kyra Brenzinger

Lancée il y a seulement 2 ans, la marque Iza.B connaît un succès fulgurant auprès des détaillants HBJO. Philippe Le Ray, Président de PHLR Consulting, en charge de la promotion et de la distribution de la marque, nous dévoile les grandes lignes de sa stratégie commerciale ; la directrice de création, Isabelle Bousquet nous conte sa passion de la perle venue de Tahiti. Portrait croisé.



Pouvez-vous nous dire comment vous est venue l'idée de créer une nouvelle marque de bijoux en argent et perle de Tahiti ?

Philippe Le Ray : Cela remonte à l'année 2000 quand j'étais président d'une agence de communication dont le portefeuille clients comptait des marques de bijouterie de grande diffusion. Je fus alors contacté par des institutionnels polynésiens qui m'ont demandé d'élaborer une stratégie pour repenser la filière et valoriser la perle de Tahiti ; leur idée d'alors était de labelliser la perle en créant une IG (identité géographique) ou une AOC.

Avez-vous réalisé ce projet ?

Ph.LR : Non justement, après consultation du Ministère français concerné, cette procédure était impossible. En revanche, durant 6 mois, j'ai travaillé sur l'élaboration d'une stratégie marketing, commerciale et communication dont le socle était la création d'une « marque caution » permettant de valoriser la perle. Finalement, j'ai pris la décision de créer moi-même cette marque !

Depuis 2000 quel a été votre parcours ?

Ph.LR : J'avais été approché pour mon expertise du marché HBJO, mais aussi pour les stratégies marketing que j'avais développées pour des groupes leaders dans la grande distribution, l'agro-alimentaire ou l'industrie. J'ai tout simplement adapté les recettes du marketing traditionnelles à la bijouterie qui n'était pas un secteur habitué à une

stratégie d'implantation de marque. En fait, j'étais précurseur dans ce type de secteur. Quand mon concept fut finalement racheté par un perliculteur polynésien, j'ai travaillé durant 6 ans pour cette marque. Début 2010, en collaboration avec la créatrice Isabelle Bousquet, j'ai décidé de créer une nouvelle marque Iza. B avec un positionnement plus haut de gamme.

Pourquoi avoir choisi pour Iza.B la perle de Tahiti ?

Ph.LR : Quand je suis allé pour la première fois en Polynésie Française, je fus véritablement conquis par cet environnement fait de rêve et de mythologie. La perle est la seule gemme d'ornement produit par un animal sauvage, l'huître perlière endémique de la Polynésie « Pinctada Margaritifera ». Quand on visite les fermes, on se rend compte de la préciosité de la perle et de la fragilité de l'environnement. La perliculture fut créée par l'homme par de longues et patientes recherches, il ne fait que reproduire ce que la nature a créé, aussi la naissance d'une perle tient encore et toujours du miracle !

Vous achetez directement les perles en Polynésie ?

Ph.LR : En effet, nous sommes une des rares marques françaises à venir sélectionner et acheter directement des lots de perles auprès des perliculteurs polynésiens ; nos gemmes sont produites principalement sur l'atoll d'Ahe dans l'archipel des Tuamotu. Pour la Top Gem, je collabore également avec le négociant Patrice Hufnagel, fournisseur des maisons emblématiques de la Place Vendôme et des grands joailliers de la planète.

Pourquoi avoir associé ces perles avec des bijoux argent ?

Ph.LR : Nous travaillons l'argent avec un cahier des charges correspondant aux standards de la joaillerie. L'argent est rhodié et parfois palladié. Toutes les cires sont réalisées par

Isabelle Bousquet et nous confions la réalisation des bijoux à un fabricant français. Une sélection de chaînes et câbles proviennent d'un des meilleurs fabricants allemands. Une fois fabriqués, les bijoux reviennent tous à l'atelier entre les mains expertes d'Isabelle Bousquet qui va apporter sa touche finale en montant les perles sur chaque produit.

Vous voulez dire que les perles sont montées toutes à la main ?

Ph.LR : Oui, imaginez cette année, Isabelle a monté 20 000 pièces avec des perles qu'elle associe et adapte parfaitement au modèle. Nous apportons un soin tout particulier au détail, les perles sont choisies pour s'accorder en formes et en couleurs. Elle réalise avec soins des appairages parfaits pour des boucles d'oreilles et peut aussi répondre à des demandes particulières.

Utilisez-vous d'autres ornements sur vos bijoux ?

Ph.LR : Nous nous concentrons sur de la belle Perle de Culture de Tahiti de différentes formes, mais nous associons aussi de magnifiques perles rondes de catégorie A ou B avec des diamants. Nous souhaitons proposer une offre haut de gamme qui permette aux bijoutiers de nous associer à des marques prestigieuses dans leurs vitrines. Ceci répond également à votre question sur la raison qui nous conduit à associer la perle à l'argent.

Avec quel réseau de distribution travaillez-vous ?

Ph.LR : Nous nous concentrons sur les bijoutiers majeurs des centres villes, indépendants ou adhérents des groupements Synalia et Nouveaux Bijoutiers chez qui nous sommes référencés. Nous sommes également présents dans quelques galeries marchandes, mais toujours sur des points de vente haut de gamme. Nous couvrons la France avec 4 commerciaux et je m'investis personnellement à visiter les points de vente car il est important



Collier « Canopée N°6 », argent 925 millièmes rhodié et palladié, 1 perle de culture de Tahiti 10mm. Prix de vente constaté : 265 euros ttc.

d'avoir un feedback direct des bijoutiers, ce sont eux qui ont l'expertise de vente avec le client final et sont en lien direct avec le marché. Dernièrement, rien que sur les 2 dernières semaines de novembre, nous avons ouvert 6 points de vente, les résultats sont vraiment satisfaisants. Nous comptons actuellement 180 boutiques-détaillants et avons pour objectif 2013 de nous concentrer sur 200 points de vente.

Comment expliquez-vous ce succès auprès des détaillants ?

Ph.LR : Il existe plusieurs facteurs : un design raffiné et pertinent, des gemmes valorisantes comme le diamant et la perle de Tahiti haut de gamme, des fabrications en argent rhodié très soignées et ce, avec une maîtrise des coûts afin de proposer un positionnement prix très attractif.

Quel est ce positionnement de prix ?

Ph.LR : Notre fourchette de prix se situe de 99 à 1 250 euros avec un cœur de gamme positionné entre 245 et 595 euros. Avec ces prix, vous bénéficiez d'un bijou avec du volume et un poids en argent que vous ne pouvez plus avoir en or. Les bijoutiers choisissent la marque Iza.B pour proposer à leur clientèle une offre complémentaire qui se substitue ainsi au métal jaune. Nous sommes à peu près les seuls sur ce créneau avec ce niveau de qualité.

Quel matériel de communication proposez-vous avec votre collection ?

Ph.LR : Pour soutenir les ventes et travailler l'image de la marque, nous proposons des catalogues attrayants et chics avec des photos produits mais aussi des paysages de Tahiti qui font rêver le grand public. Pour le merchandising, nous avons également des PLV vitrines très complètes ; concernant la création d'événements, nous participons ponctuellement à des campagnes d'affichage. Dernièrement pour les fêtes de fin d'année, avec le bijoutier Rouyr à Epinal, nous avons

participé à de l'affichage abribus 4x3 en campagne jumelée avec la marque de montres Michel Herbelin.

Pouvez-vous nous décrire une opération-type d'événement organisé chez un détaillant ?

Ph.LR : Trois mois en amont, nous organisons avec le détaillant un jeu-concours qui est à la fois didactique sur la perle de Tahiti et permet à d'heureux élus de gagner des bijoux. Nous mettons ensuite en place le jour « J » un merchandising qui va théâtraliser l'offre sur le point de vente avec des pièces d'exception et ce, après que le détaillant ait planifié une soirée cocktail pour présenter l'ensemble de la collection à ses clients. Nous avons réalisé ce type d'opération dernièrement avec différents acteurs et points de ventes majeurs dans toute la France.

Vous proposez également des formations ?

Ph.LR : En effet, nous proposons aux détaillants de former leur personnel pour mieux connaître la Perle de Culture de Tahiti. Avec le soutien d'un document PowerPoint et quelques accessoires liés à la perle, cette formation d'environ 3 heures permet de mieux appréhender le produit et ainsi transmettre un acquis pédagogique à la clientèle finale.

Quel est votre développement à l'international ?

Ph.LR : Jusqu'à maintenant, je me suis concentré sur une commercialisation en France afin de créer une légitimité de marque et mettre en place une organisation rigoureuse pour gérer le plus harmonieusement possible nos relations commerciales avec nos clients. Depuis peu de temps, nous nous développons en Norvège et en Belgique avec des agents commerciaux très actifs. L'objectif pour 2013 est aussi de trouver un partenaire pour l'Asie car la clientèle est très friande des marques françaises de qualité comme la nôtre.

Pendentif « Epure N°21 » sur lien en cuir « pleine fleur » multi-taille, 1 perle de culture de Tahiti 9mm.

Prix de vente constaté : 195 euros ttc.

Boucles d'oreilles « Miroir de Lune N°3 », argent 925 millièmes rhodié, 2 perles de culture de Tahiti 9mm.

Prix de vente constaté : 345 euros ttc.



Collier « Constellation N°1 »,
argent 925 millièmes rhodié
et palladié, 1 perle de culture
de Tahiti 10mm.
Prix de vente constaté :
385 euros ttc.



Collier « Eclat Floral N°7 »,
argent 925 millièmes rhodié
et palladié, 1 perle de culture
de Tahiti 11mm.

Prix de vente constaté :
395 euros ttc.

Bague « Empreinte de Femme
N°5 », argent 925 millièmes
rhodié, 1 perle de culture
de Tahiti 9mm et 1 diamant.

Prix de vente constaté :
245 euros ttc.

Bague « Bulle N°3 », argent
925 millièmes rhodié, 1 perle
de culture de Tahiti 9 mm
et 3 diamants.

Prix de vente constaté :
295 euros ttc.

Collier rigide « Savane N°2 »,
argent 925 millièmes rhodié
et palladié, 1 perle de culture
de Tahiti 10mm et 3 diamants.

Existe en 2 tailles Ø 125 et 150.
Prix de vente constaté :

795 euros ttc.

Boucles d'oreilles « Canopée
N°8 », argent 925 millièmes
rhodié, 2 perles de culture
de Tahiti 8 mm.

Prix de vente constaté :
295 euros ttc.

Collier « Eclat Floral N°9 »,
argent 925 millièmes rhodié
et palladié, 1 perle de culture
de Tahiti 11 mm.

Prix de vente constaté :
395 euros ttc.





Isabelle Bousquet, la directrice de création et propriétaire de la marque Iza.B®, nous explique sa démarche créative tout en présentant la collection 2012-2013.

Quels sont les thèmes récurrents dans votre collection ?

Isabelle Bousquet : Je suis très sensible à la beauté de la nature et à ses couleurs. Je vis dans le Luberon en Provence où les couleurs sont merveilleuses, mais aussi lors de mes voyages, je repère une fleur, une feuille ou tout simplement un nuage.

Avez-vous eut l'occasion de vous rendre à Tahiti ?

IB : En effet, j'ai eu la chance de découvrir ces paysages idylliques qui évoquent la douceur et la plénitude. L'eau, la végétation ou la faune comme les ailes de papillons sont d'une beauté incroyable. La nature est vraiment bien faite et j'essaie à travers mes créations de retranscrire cette émotion.

C'est pour ces raisons que vous avez choisi la perle de Tahiti comme pièce maîtresse de votre collection ?

IB : Déjà lors de mes collaborations avec d'autres marques, je travaillais beaucoup la perle. Avec Iza.B, je décline toutes les couleurs de la perle de Tahiti avec son orient incroyable, associée à des diamants qui apportent une touche d'éclat dans le tableau.

La perle est très évocatrice d'exotisme...

IB : En effet, c'est une petite réduction de la planète Tahiti ! La perle prend les couleurs du ciel, le bleu du lagon ou le

rose des coraux. D'ailleurs, Philippe Le Ray prend des photos des perles placées dans une nacre et sous le coucher du soleil pour mieux retranscrire leurs couleurs !

Lorsque vous créez, partez-vous de la perle ou d'une forme ?

IB : J'ai toujours la perle dans la tête ! Je la regarde, je la tourne et ensuite le dessin vient d'instinct avec des formes de la nature stylisées.

Présentez-nous les dernières nouveautés 2013...

IB : Nous avons décliné les thématiques de l'automne-hiver 2013 avec notamment un collier Savane qui est composé de multiples brins d'herbes. Nous avons aussi proposé une collection de colliers ou sautoirs sur chaînes fines ou avec des gros maillons dans un esprit plus mode.

Vous apportez beaucoup de mouvement dans vos créations...

IB : J'aime beaucoup travailler sur un jeu d'asymétrie, comme une fleur avec un pétale plus long d'un côté et des chaînes un peu plus volumineuses à l'opposée. Je pars d'une vraie fleur pour créer une interprétation personnelle. C'est cette asymétrie qui donne du mouvement au bijou et donc de la vie.

Vos créations sont très féminines, avez-vous essayé de créer une

collection masculine ?

IB : La perle évoque surtout la féminité avec ses courbes. Mais avec le modèle Epure n° 21, j'ai fait une version féminine et masculine montée sur cuir. Le modèle Constellation est aussi dans un esprit assez rock avec des branches d'étoiles un peu piquantes.

Quelles sont les étapes dans le processus de fabrication d'un bijou Iza.B ?

IB : Je dessine le bijou, mais je crée également les cires et les moules. Ensuite, je fais le suivi de fabrication avec nos fournisseurs et pour finir, tous les produits reviennent dans mes mains car c'est moi qui monte la perle sur le bijou. Nous privilégions un bijou de qualité avec une finition fait main et nous pouvons ainsi répondre à des demandes particulières de personnalisation de couleurs des perles.

Vous êtes également en contact avec les bijoutiers ?

IB : Quand mon temps le permet, je me rends chez certains détaillants pour avoir leur ressenti sur la collection et rencontrer parfois le client final lors d'événements. Cela me permet de mieux définir les axes créatifs à développer afin de répondre avec pertinence aux attentes et désir du consommateur, car il est important qu'un bijou soit porté, c'est sa destination finale !

Collier « Savane N°1 », argent 925 millièmes rhodié et palladié, 1 perle de culture de Tahiti 10mm. Prix de vente constaté : 295 euros ttc.

