

profil



Bracelet « Empreinte de Femme », argent rhodié 925 millièmes, deux perles de culture de Tahiti drop - A/B - 8 et 9 mm. 295 euros.

Boucles d'oreilles « Infini », argent rhodié 925 millièmes, deux diamants et deux perles de culture de Tahiti rondes - A - 8 mm. 330 euros.

Bague « Canopée », argent rhodié 925 millièmes, trois diamants et une perle de culture de Tahiti ronde - A - 9 mm. 295 euros.

IZA.B, quand l'argent se marie au diamant...

par Kyra Brenzinger

Unique en son genre, la nouvelle marque de bijoux IZA.B allie le diamant et la perle de culture à l'argent. Une association qui risque de bousculer les codes traditionnels de la bijouterie. Philippe Le Ray, Président Directeur Général de PHLR Consulting en charge de la promotion et de la distribution de la marque IZA.B, nous dévoile sa stratégie d'implantation.

« La marque IZA.B se positionne sur trois fondamentaux : la créativité, la qualité des matières et de la fabrication, et le positionnement. La créatrice, Isabelle Bousquet a collaboré avec de nombreuses marques liées à l'univers de la bijouterie et du luxe, à ce titre elle a donc une grande connaissance de la demande du marché. Avec sa marque IZA.B, elle concentre tous les ingrédients de la mode actuelle pour créer des bijoux à la fois consensuels - qui correspondent aux attentes du marché - et chics ». Ainsi, on retrouve aussi bien des bracelets multipliant différentes mailles comme la ligne « Empreinte de Femme », que des pendentifs avec des thèmes forts comme « Miroir de Lune » ou une bague « Canopée », évoquant la magie de la nature.

« Pour créer des bijoux à la fois beaux et abordables, nous avons privilégié l'argent rhodié orné de perles et de diamants. Pour la première collection, nous avons sélectionné des Perles de Culture de Tahiti de qualité A et A/B rondes et semi-rondes, mais nous serons amenés à développer pour les prochaines collections d'autres types de perles comme les « Mers du Sud » ou « Akoya ». De plus, Isabelle Bousquet, qui suit la production, a tenu à proposer des

bijoux en argent qui répondent aux critères de qualité de la joaillerie, aussi beaux au verso qu'au recto et ce, avec la mise en œuvre de matières irréprochables !

Pour le positionnement, nous sommes partis d'un constat simple : la forte inflation de l'or exclut de proposer des bijoux volumes et créatifs à un prix attractif, accessible au cœur de cible de notre clientèle. C'est ainsi, que l'argent rhodié, traité comme une matière aussi précieuse que l'or, nous a permis de créer une collection dans une fourchette de prix publics allant de 165 à 495 euros ». Cette nouvelle marque n'est pas arrivée par hasard sur le marché : Philippe Le Ray, en homme de terrain, du marketing et professionnel de la perle, a déjà implanté la marque IZA.B et GELLNER (Marque de joaillerie allemande distribuée par sa société) auprès d'une trentaine de points de vente. Il propose aux détaillants des journées de formation et des événements comme récemment avec les bijoutiers Pouyet à Cluses et Vaillant à Saint-Brieuc.

Une démarche de démocratisation du luxe à l'échelle nationale que l'on peut saluer, avec en prime, les bijoux abordables d'une créatrice française !