

PROFIL

Isabelle Bousquet,
la créatrice.



IZA.B, la perle créative

par Kyra Brenzinger

À l'occasion des 60 ans de la Perle de Culture de Tahiti, la marque IZA.B, lancée en ce début d'année, rend hommage à cette unique gemme française à travers sa collection en argent rhodié. Philippe Le Ray, Président de PHLR Consulting en charge de la promotion et de la distribution de la marque, nous accorde une interview à l'occasion d'un séminaire sur la Perle de Culture de Tahiti.

Sautoir « Caprice », argent rhodié et perles de culture de Tahiti, PVPC 550 euros, boucles d'oreilles « Liane Excentrique », argent rhodié et perles de culture de Tahiti ornées de 2 diamants, PVPC 325 euros et bracelet « Epure », argent rhodié et perles de culture de Tahiti, PVPC 99 euros.



62 bm&VOUS

« Je collabore directement avec Patrice Hufnagel - un négociant établi en Polynésie Française, reconnu auprès des plus grands joailliers de la planète - qui recherche et me propose des perles d'une diversité de teintes et d'une qualité exceptionnelle.

Cette opportunité nous permet de proposer des bijoux uniques avec un positionnement prix très attractif, indique Philippe Le Ray. IZA.B est avant tout une marque de créateur exprimant un véritable style. Isabelle Bousquet dessine et réalise elle-même ses cires en apportant un grand soin du détail à chaque pièce ».

À titre d'exemple, la bague « Canopée » composée d'une feuille incurvée recevant en son cœur une perle aux reflets verts, ou le pendentif « Miroir de Lune » dont l'envers de la pièce présente un joli travail d'ajourage. « Lors des formations auprès des agents commerciaux ou de la force de vente des magasins, j'insiste tout particulièrement sur la qualité de fabrication qui est au même niveau d'exigence que pour la joaillerie. Le rhodiage de nos bijoux répond à un cahier des charges draconien conformément aux exigences du marché américain. Nous proposons des perles de

catégories B, B+, A, voire même « top-gemme » pour certaines pièces de notre collection. La majorité des chaî-

nages et apprêts est produite par un fabricant allemand de grande notoriété »

Depuis le début de sa commercialisation, la marque IZA.B a été référencée auprès d'une centaine de boutiques. « Avec nos 4 commerciaux, nous avons bénéficié de 3 à 4 ouvertures de points de vente par semaine en cette fin de printemps, ce qui nous permet d'être confiant, notre objectif étant de représenter la marque auprès de 180-200 boutiques d'ici à la fin de l'année !

Nous ciblons principalement les beaux points de vente de centre ville qui veulent différencier leur offre avec une collection valorisante haut de gamme en argent et ce, en bénéficiant de prix très compétitifs, en moyenne à 200-280 euros prix de vente public conseillés ». Ce succès s'explique aussi par un binôme parfaitement complémentaire : Isabelle Bousquet, créatrice qui a collaboré avec de nombreuses grandes marques, maîtrise parfaitement les tendances de la bijouterie et Philippe Le Ray, homme de terrain et du marketing, connaît parfaitement son réseau de clientèle. Un duo de choc particulièrement percutant et professionnel.