



« L'union » offre une bien meilleure visibilité

Label Joaillerie de France - Bâle - Emirats

Mis en place en 2006 par l'UFBJOP, à l'initiative de joailliers, en partenariat avec la Direction Générale des Douanes, de la Monnaie de Paris et du Ministère de l'Industrie, le Label Joaillerie de France poursuit son chemin.



Le stand Joaillerie de France à Baselworld, vu de l'extérieur.

Le label a prouvé son efficacité à Baselworld 2011

Pour la quatrième année consécutive, le Comité Francéclat a été maître d'œuvre de la mise en place du Label Joaillerie de France à Baselworld, avec un stand de 350 m² très bien situé dans le hall 2, pour cette année 2011.

Douze fabricants-joailliers étaient présents sur le stand : AV 10, Bachet, Bellon et Fils, Bermudes, Créations André Bénitah, Cristofol, Joïa, Mathon Paris, Monnaie de Paris, Oteline, SFM, Philippe Tournaire et « chacun fut ravi de sa participation à l'événement », selon Claire de Saint Blanquat - Responsable du Label Joaillerie de France.

L'initiative peut être saluée, car elle permet vraiment d'affirmer une identité française au cœur de la joaillerie en dehors des grandes marques aux budgets de communication colossaux. Les petits fabricants - par la taille de leur entreprise - peuvent être fiers du chemin parcouru, sachant que la spécificité

française serait plutôt « d'agir seul » par crainte d'une concurrence entre confrères. Lors du salon de Hong-Kong 2010, nous avons rencontré Patrice Besnard, délégué Général de la Chambre Française de l'Horlogerie et des Micro-techniques qui, agissant dans le même sens que Joaillerie de France, avait indiqué : « Il s'agit de créer une plate-forme de pénétration du marché chinois, car il existe pour les PME, une double difficulté pour pénétrer ce marché : il faut un investissement publicitaire conséquent et pouvoir assurer un suivi régulier, pour ces raisons majeures les PME ont besoin d'agir collectivement. »

Il est clair, qu'une action collective menée intelligemment agit comme un formidable levier, elle promeut réellement un savoir-faire grâce à une visibilité accrue, sans pour autant écraser la particularité de chacun des fabricants.

Dans le cas du label Joaillerie de France présent à Baselworld, l'objectif a été atteint, « Le stand était très bien agencé, chaque fabricant avait un box particulier qui lui offrait la possibilité de pouvoir réaliser des rendez-vous à l'écart des visiteurs et en toute intimité. », indique Claire de Saint Blanquat, « j'ai même rencontré des fabricants français qui souhaitaient être labellisé et des étrangers séduits par notre concept. »

Le label aux Emirats Arabes Unis

Validé en novembre 2009 par le Ministère de l'industrie, le projet aux Emirats Arabes Unis prend forme et devrait aboutir très prochainement à une implantation à Abu Dhabi ou Dubai de la marque collective Joaillerie de France. Il s'agit d'une distribution unique de joaillerie haut de gamme qui regroupe dix fabricants réunis sous la marque joaillerie de France.



Le stand Joaillerie de France à Baselworld, vue de l'intérieur.

Le label ne souhaite pas encore communiquer pleinement sur ce projet, car l'ensemble n'est pas encore bouclé, mais il est déjà possible de visiter le nouveau site en anglais, missions internationales oblige, où l'on découvre l'esprit du label :

« ONE BRAND FOR TEN DESIGNERS AND TEN DESIGNERS FOR ONE BRAND » Une marque pour dix designers et dix designers pour une marque.

www.joaillieriedefrance.com
Alexandre Dumas serait certainement fier de cette devise, mais nous aussi. ■

D.P.