



Le salon **Bijorhcade** septembre 2018 met l'accent sur le Précieux

ElizabethLeriche, directrice artistique du salon **Bijorhca,est** directrice de son bureau de style éponyme. Elle est une spécialiste reconnue des tendances dans la mode, la décoration et les arts de la table. La couleur revêt pour elle beaucoup d'importance est c'est toujours le point de départ de son travail de recherche. Lors d'une interview, elle nous révèle tous les préparatifs du salon et la manière dont elle va magnifier le salon, spécialement pour vous les professionnels.

Attitude Luxe - Vous êtes, depuis cette année, directrice artistique du salon **BijorhcaParis**, en quoi consiste cette fonction ?

ElizabethLeriche - Mon rôle consiste à illustrer le cahier des charges donné par la direction du salon et à créer l'image globale de la manifestation par le biais des couleurs et du graphisme. Je définis une atmosphère grâce aux tendances du moment qui apportent un esprit particulier.

Cette année, les couleurs sélectionnées sont le bleu canard et bleu nuit. Ce sont les couleurs de référence de la joaillerie. Le rouge et le bordeaux apportent une note chic et élégante.

La nouvelle image a été construite à l'aide d'éléments graphiques, avec des touches d'or pour le côté Précieux. Ces éléments se retrouvent sur le visuel du salon. L'objectif de la directrice du salon, **AudeLepierre**, étant de faire un focus important sur l'espace et les stands Précieux.

L'architecture de l'entrée est réalisée avec des arcades et des tasseaux dorés par endroits. En participation avec La Redoute Intérieur, le bar et l'espace VIP sont organisés sur une thématique précieuse avec des canapés en velours, des tables avec du verre de couleur, des piétements en laiton et des miroirs, dans un esprit élégant et confidentiel.

L'allée du Précieux est gansée par une moquette dorée et signalisée par de grands abat-jour blancs. Cette année, les hôtesse porteront des bijoux d'exposants. Nous travaillons aussi sur la signalétique globale du salon pour plus de lisibilité. Nous voulons inciter les visiteurs à se rendre à l'étage pour découvrir la nouvelle organisation du salon **BijorhcaParis**.

AL- « L'expérience client » en boutique est de plus en plus développée, est-ce que vous l'intégrez dans votre réflexion pour les visiteurs qui sont les clients du salon ?

EL - L'expérience client de nos visiteurs passe par Le Fashion Trend forum qui est le lieu où tous les exposants sont représentés.

L'accent est porté sur le Précieux, avec la Galerie du Précieux, où il y a des miroirs et des arches. D'ailleurs, nos corners de mode sont travaillés comme des magasins pour donner aux revendeurs des idées de mise en scène des bijoux. Nous évoquons la notion de concept store où sont mélangés à la fois la mode, les objets, la décoration. Nous défendons un art du porté, comme un lifestyle. Nous souhaitons donner une atmosphère, un environnement global de la façon de mettre en avant le bijou.

L'accompagnement client est au cœur des préoccupations des points de vente et passe par une façon particulière d'accueillir les clients, de les considérer comme des VIP.

Dans le même ordre d'idée, une visite explicative et guidée est proposée dans le forum pour les visiteurs du salon afin d'expliquer les thématiques et les mises en scène des vitrines ; cela participe à la notion d'accompagnement.

De nos jours, dans les magasins, il existe aussi une notion d'accompagnement dématérialisé, avec l'iPad par exemple. Le mode de consommation est en pleine révolution et le consommateur est de plus en plus impliqué. Les réseaux sociaux sont un levier pour la vente, le multi canal en est la voie royale.

Les espaces de vente deviennent comme des showrooms, où le client commande puis est livré. Désormais, le client passe du magasin physique au catalogue papier, au magasin en ligne avec

beaucoup de fluidité. Le consommateur est de plus en plus informé et impliqué et, parfois, il devient acteur dans le processus d'achat.

Les produits pris en photographie dans un esprit aspirationnel, avec une mise en scène, permettent d'améliorer les ventes. On vend un style, une image, un art de vivre. Le client doit pouvoir rêver au travers d'une histoire. Bien sûr, le produit doit être fort et bien dessiné, parfaitement fabriqué et de qualité, mais l'accompagnement durant lequel l'histoire est racontée devient primordial.

AL - Quels seront, d'après vous, les tendances fortes de 2019 et comment s'expriment-elles sur le salon ?

EL - Aujourd'hui, nous sommes face à un phénomène de multiples tendances, tout est possible. Aussi, notre rôle est de synthétiser et de faire des choix. Nous accompagnons les exposants avec une lettre des tendances en amont dans laquelle nous préconisons des histoires. Nous avons créé quatre histoires de mode avec des partis-pris forts.

La première est orientée sur la saison de l'hiver, avec le thème de l'évasion qui met en scène de grands espaces, comme ceux de l'Amérique du Nord. C'est un style

« Wild Country », avec un côté western, auquel sont associés des matériaux bruts et sophistiqués, avec une facette ethnique et des aspects patinés, comme le cuir et la pierre brute.

Les tons sont plutôt neutres comme le beige écureuil, des couleurs minérales, patinées. Cela exprime un besoin d'authenticité et de déconnexion grâce à des matériaux naturels et forts. En fait, plus nous allons vers la dématérialisation, plus le besoin d'encrage dans la matière est profond. Les matières sont sensuelles et dégagent une notion de protection.

Pour les bijoux, cela se traduit par l'emploi de plusieurs matières, singulières et d'un certain folklore, avec la mise en avant du côté artisanal, de la notion de savoir-faire. Dans cette thématique, il est intéressant d'aborder le côté Éco-responsable. Dans notre société aujourd'hui, la prise de conscience du consommateur sur l'importance du développement durable est prépondérante. Même sur les articles de bijouterie fantaisie, l'éthique devient un vrai levier d'achat.

Le second thème que nous avons travaillé est "Poétique Forest", sur les tons de l'automne, avec une nature sophistiquée, plus luxe, chamarrée, végétale et animale.

Ce sont plutôt des bijoux d'inspiration patrimoniale, dans un esprit baroque, avec du jacquard, du velours, du feuillage et des couleurs jaune d'or, bleu nuit, vert kaki, du rouge foncé, des rappels d'or...

Dans la sélection des bijoux, on trouve des perles, des médaillons, des sautoirs, dans un style exacerbé. C'est une relecture du bijou joaillerie dans un esprit fantaisie.

Ce thème est très inspirant car derrière la forêt, il y a un imaginaire accessible à tous. Chacun peut se projeter dans un conte, la référence à l'enfance est universelle.