

Marine Devos, la nouvelle

ATTITUDE
LUXE

directrice du salon Bijorhca Paris

Depuis le 9 décembre 2018, la direction du salon Bijorhca a été confiée par Reed Expositions France à Marine Devos qui succède à Aude Leperre. A la tête du salon professionnel de la bijouterie précieuse et fantaisie depuis cinq éditions, Aude Leperre a quitté le groupe Reed Expositions France, qu'elle avait intégré il y a douze ans. La prochaine édition du salon Bijorhca, sous la



*En tant que directrice du salon Bijorhca Paris, **Marine Devos** travaille sous la direction de Jean-François Quentin, nouvellement nommé directeur du pôle hôtellerie, restauration, franchise, bijouterie et technologie.*

Marine Devos connaît déjà l'univers du bijou, puisque de 2008 à 2011, elle a travaillé au développement du salon JCK Las Vegas et ses compétences en la matière seront ses meilleurs atouts car le secteur a beaucoup évolué, comme celui des salons qui connaît de constantes remises en question. Sa valeur ajoutée est sans conteste à l'international, qui est un axe de développement intéressant pour Bijorhca Paris. Le fait de bien connaître le groupe Reed Expo est aussi un facteur qui lui permettra de gagner du temps et de démarrer son action plus rapidement.

Après avoir été en tandem avec Aude Leperre pendant un mois, la voilà aux commandes. Nous sommes allées la rencontrer pour vous.

<http://www.attitude-luxe.com/assets/medias/pictures/logo-home.png>

Attitude Luxe - Comment qualifieriez-vous votre parcours ?

Marine Devos - Mon parcours est très évolutif, international et atypique. J'ai, dès le début, été expatriée deux ans à Londres, au sein d'une agence d'événementiel pour clôturer mes études. Au retour, j'ai postulé à la Foire de Bologne, qui organise le salon leader des cosmétiques Cosmoprof. Je me suis occupée des sessions de Hong-Kong et de Sao Paulo. En 2008, j'ai rejoint le groupe Reed Exhibitions, au départ pour commercialiser les salons de la cosmétique à l'international auprès des marques françaises. Puis, mon portefeuille s'est élargi. En tant que responsable commerciale internationale, j'ai implanté des salons du groupe à l'international, comme l'International Jewellery London, JCK Las Vegas et l'International Jewellery Tokyo. En octobre 2014, j'ai rejoint l'entité française de Reed Exhibitions et l'équipe des salons internationaux des équipements, des technologies et des services de l'environnement Pollutec, en tant que directrice de projets internationaux.

AL - Quels sont vos objectifs pour la prochaine session de janvier ?

MD - J'ai visité Bijorhca en 2010, et j'ai pu me rendre compte que ce n'est plus du tout le même salon aujourd'hui. La session de janvier est bien sûr déjà sur les rails, j'ai néanmoins tenu à échanger avec les acteurs du salon, comme la BOCI, l'UBH et l'UFBJOP car je pense que, dans un premier temps, il est important de fédérer tous les acteurs du secteur. Mon premier objectif est d'accompagner l'industrie avec laquelle je travaille désormais. Venant de l'international, j'ai aussi envie de travailler encore cet axe, même si cette ouverture est déjà présente sur le salon puisque qu'en janvier il y aura près de vingt-cinq pays représentés, avec deux nouveaux pays qui sont le Japon et l'Algérie. Je vais néanmoins aller chercher d'autres pavillons à l'international et orienter la recherche de visiteurs sur cet axe pour développer le salon.

AL - Garderez-vous la même équipe ?

MD - Bien sûr, je garde la même équipe en interne et Elisabeth Leriche, en tant que Directrice artistique, ainsi que les partenaires actuels du salon pour rester sur la mouvance initiée par Aude. Cependant, le secteur a connu beaucoup de mutations, aussi est-il important de les intégrer dans notre réflexion car elles se ressentent aussi sur le salon, il est impératif que nous suivions le marché.

AL - Y-a-t-il des changements dans l'organisation du salon que vous souhaitez réaliser ?

MD - En plus du développement à l'international, tant du côté offre que du côté visitorat, je suis convaincue que les salons ont besoin de contenu. Pollutec en est un bon exemple, ainsi sur l'édition de Lyon, plus de cinq cents conférences se sont déroulées sur quatre jours, réparties en ateliers, workshop, plateaux TV, tables rondes, pitch ; l'offre est très riche, sur ce salon c'est une vraie valeur ajoutée. Les visiteurs du Bijorhca viennent pour voir les bijoux, les toucher, rencontrer de nouveaux partenaires, mais aussi pour s'informer. Le village écoles mis en place par Aude est une initiative très positive car cela permet de mettre en avant les nouvelles techniques. Il est important, de mon point de vue, que les professionnels viennent parler de leur savoir-faire et qu'ils le transmettent. Tout cela pourra encore être amplifié sur les prochaines sessions.

AL - Concernant le secteur du précieux, allez-vous continuer à développer son redéploiement comme l'avait initié Aude Leperre ?

MD - Déjà, ce secteur avait été mis en avant en septembre avec un nombre d'exposants plus importants. Sur la session de janvier, nous allons accentuer cette présence avec la participation de l'entreprise Robbez-Masson. Je pense que cela va nous aider à renforcer cet axe, attendu par les détaillants HBJO. Les stands précieux représenteront 27 %, soit plus de 7 % par rapport à la session de janvier 2018. Par ailleurs, la structuration restera la même, avec les matières premières en bas et à l'étage les services, le packaging. A ce propos, je peux vous annoncer que la société Dardel sera de nouveau exposante en janvier.

AL - Qu'est-ce qui vous motive dans l'organisation et le développement de ce salon ?

MD - Je suis convaincue qu'un salon doit être un outil, une plateforme qui a pour fonction première d'animer le secteur et dont les organisateurs sont comme des metteurs en scène. Aujourd'hui, le métier ne consiste plus en de la vente d'espaces à des exposants. Quand nous démarchons un client, nous lui proposons un package sur-mesure, en fonction de son budget, nous analysons son offre produits afin de le positionner à l'endroit le plus stratégique. Avec mon équipe, nous sommes à l'écoute du marché, de nos exposants et de nos visiteurs. Mon rôle est de faire que les bonnes personnes se rencontrent au bon endroit et d'animer cette émulation. Nous devons mettre en place la meilleure adéquation entre tous les acteurs. Par ailleurs, je me suis rendu compte au fil des rencontres que le secteur est composé de personnes qui sont des passionnés, cela est aussi une source motivation complémentaire.

AL - De quelle façon travaillez-vous ?

MD - Je dois partir de l'existant car c'est une réalité incontournable. De même, tout le travail réalisé avant mon arrivée va m'être très utile, tout comme le benchmark. Je travaille beaucoup en équipe, et aussi avec les intervenants extérieurs, comme Elisabeth Leriche et tous nos partenaires, telle la BOCI, de même qu'avec nos réseaux d'agents à l'international qui sont de précieux relais, je ne suis qu'un chef d'orchestre.

AL -Le secteur des salons professionnels ces dernières années s'est modifié, comment voyez-vous leur évolution ?

Toutes ces évolutions sont logiques car elles correspondent à celles du secteur. Depuis 2008, de manière générale sur les salons, nous avons dû nous adapter, ce qui a modifié notre relation clients. Nous avons été encore plus à l'écoute, à la fois, de nos visiteurs et de nos exposants.

Le salon Bijorhca, s'il est 100 % orienté bijou, -c'est son ADN-, présente aussi bien les matières premières, que les services, la bijouterie fantaisie et le précieux, comme celui de la cosmétique ou encore Pollutec, ce sont des salons généralistes très importants, qui couvrent toute la chaîne de leur secteur. Cela est intéressant car la notion de complémentarité est un marqueur important ; les exposants sont transverses et, en période de crise, ils peuvent mieux rebondir en arrivant à s'ajuster au marché.

AL - Quel est le dernier bijou que vous avez offert et celui que vous vous êtes offert ?

MD - J'ai offert dernièrement une médaille de baptême, et je m'étais acheté, au Brésil, un bracelet en argent.

AL - Avez-vous un bijou fétiche ?

MD - En effet, je suis particulièrement attaché à ce pendentif, composé d'une perle de Tahiti, avec une bélière en forme de serpent, qui vient de la place vendôme. Je le porte tous les jours, car si je ne le porte pas la perle fonce de couleur. Ce bijou m'a été offert par trente de mes amis le jour de mes trente ans.