

BIJORHCA PREND UN ASPECT PLUS PRÉCIEUX

LE SALON DE BIJOUX MET L'ACCENT SUR LES PIÈCES FAISANT APPEL À L'OR, À L'ARGENT ET AUX PIERRES DE VALEUR.

BIJORHCA veut se renforcer dans le précieux. La nouvelle édition du Salon, qui se tient du vendredi 7 au lundi 10 septembre, dans le hall 5 de la porte de Versailles, va mettre l'accent sur les bijoux faisant appel à l'or, à l'argent et aux pierres de valeur. «*Nous voulons nous mettre dans la peau des bijoutiers, qui ont besoin de proposer des nouveautés. Or, c'est dans le secteur du précieux que l'offre a le plus besoin de se renouveler*», estime Aude Leperre, la directrice de la manifestation, qui jusqu'ici se présentait avant tout comme le grand rendez-vous du bijou fantaisie.

Cette évolution, amorcée depuis plusieurs saisons, s'appuie sur les retours des détaillants, qui jugent que l'offre de Bijorhca avait tout à gagner en renforçant ce segment. C'est aussi une histoire de contexte. «*Le Salon de Bâle, en Suisse, reste un rendez-vous pour l'horlogerie, mais a perdu 700 marques de bijoux précieux lors de sa dernière édition. Il y a donc un manque à combler pour les acheteurs qui recherchent cette catégorie de bijoux.*»

Pour les accueillir, Elizabeth Leriche, la directrice artistique de Bijorhca, a imaginé une scénographie particulière, une *Precious Avenue*, qui rassemblera des acteurs du bijou précieux ainsi que des marques horlogères diffusées quasi exclusivement dans les bijouteries. Parmi ces exposants, la directrice du Salon cite *OZ Bijoux* et sa collection de bijoux connectés sur le thème de la sécurité nomade des personnes. Grâce à la géolocalisation, ces accessoires peuvent indiquer où se trouve la personne qui les porte. Ils ont été réalisés en collaboration avec *Dassault* pour la technologie et *Swarovski* pour le design. La marque d'horlogerie *Saint Honoré* est également présente pour la première fois. La créatrice *Vanessa Tugendhaft* expose aussi dans cette nouvelle zone avec sa marque *La Garçonne Diamant*.

Dans cet environnement, la *Precious Place* présente dans des vitrines les collections très courtes de six créateurs. «*Il n'est pas question ici de tendances mais plutôt d'une mise en avant, car ces marques travaillent des collections intemporelles*», précise Aude Leperre. Enfin, et parce que les bijoutiers du précieux sont aussi en attente de conseils, Bijorhca a décidé de remonter au niveau 1 les fournisseurs «industries, packaging, services», qui exposent habituellement au rez-de-chaussée avec les composants (qui, eux, ne changent pas de place).

La traditionnelle partie bijoux fantaisie n'est pas pour autant oubliée. Elle représente toujours la plus grande part de l'offre, avec des labels comme la marque grecque *FL Private Collection*, les français *Philippe Ferrandis*, *Sophie Goetsch*, *Satellite* ou encore *Ubu Paris*. A noter toutefois, cette saison, le forum tendances rassemble la fantaisie et le précieux. *Elizabeth Leriche* et son équipe y dévoilent les tendances de l'automne-hiver 2018-19 à travers quatre thématiques : *City Rock*, *Techno Street*, *Poetic Forest* et *Wild Country*. Toutes quatre reprennent les grandes inspirations bijoux et accessoires observées lors des dernières Fashion Weeks.

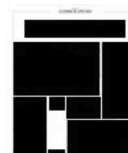
UN MARCHÉ TRÈS TENDU

Au total, le nombre d'exposants reste stable. Ils seront 300, dont 62 nouveaux. Aude Leperre reconnaît que le secteur est compliqué pour les marques. «*Le marché du bijou est très tendu, beaucoup de fabricants se mettent en repli.*» C'est pourquoi Bijorhca a investi cette saison dans l'achat de bases de données. «*Nous voulons proposer à nos exposants un nouveau vivier d'acheteurs.*»

Du côté des animations, les workshops continuent, mais sont désormais davantage orientés vers les bijoutiers. Des sujets comme la sécurité des points de vente seront abordés. De la même façon, un focus sur les diamants de synthèse est programmé. «*C'est un sujet hautement d'actualité dans le secteur.*» Un village dédié abordera les questions de formation et de recrutement et présentera des écoles. Des ateliers seront proposés pour apporter des conseils concernant l'agencement des boutiques, mais aussi Internet, afin de souligner l'importance d'être présent sur les réseaux sociaux. «*C'est l'un des plus grands enjeux pour les détaillants. Nombre de points de vente de bijoux fantaisie nous signalent que, aujourd'hui, leur premier concurrent, c'est le web*», relève Aude Leperre.

Enfin, un concours à destination des joailliers créateurs est lancé, en collaboration avec la Ligue de protection des oiseaux, les ateliers *Bermudes*, *3J Créations* et *Wacom*. Le nom des trois lauréats sera dévoilé en janvier 2019. La pièce qui aura le plus de succès sera fabriquée et visible lors de l'édition de septembre 2019.

BÉNÉDICTE JOURGEAUD ●



Visiteuses à Bijorhca.

Le Salon met en place une nouvelle scénographie avec une Precious Avenue qui accueille les spécialistes du bijou précieux ainsi que les marques horlogères diffusées quasi exclusivement dans les bijouteries.



Bijorhca. Le Salon réunira 300 exposants, dont 62 nouveaux, avec une offre en majorité tournée vers le bijou fantaisie.