



LA BIJOUTERIE COMMENT MONTER SA COLLECTION

Les étapes à suivre pour monter sa collection selon les consultants / designers français de la bijouterie notamment Yvon Floquet et Delphine Cheuret qui étaient récemment à l'île Maurice dans le cadre du programme de renforcement pour les entreprises mauriciens ; une initiative de Enterprise Mauritius.

1 - Structurer sa collection

Pour structurer sa collection et se positionner au mieux vis-à-vis de ses concurrents (en termes de style et de prix), l'idéal est de réaliser une sorte de "mapping" du secteur sous forme de tableau dans lequel figurent l'ensemble des acteurs du marché concerné : du plus luxueux au moins cher et du plus classique au plus créatif. La cartographie que l'on obtient ainsi permet de voir exactement où se situent nos produits. Il est conseillé également d'identifier ses concurrents les plus proches et d'analyser leur offre et leur segmentation de marché pour s'en inspirer. S'ils proposent par exemple de nombreuses références de bracelet dans tel niveau de gamme, c'est qu'il y a une demande pour cela... Le créateur a tout intérêt à en tenir compte dans la structuration de sa collection.



2 - Combien de pièce faut-il prévoir.

A moins de 20 pièces, on peut difficilement parler de collection. 20/30 pièces constituent une petite collection, à condition qu'elle raconte une histoire et affirme véritablement un style.

Raisonnement, les créateurs font rarement plus l'année de lancement de leur marque. Ils passent ensuite progressivement à 40/50 pièces, avant de monter en puissance. Une marque installée peut aller jusqu'à 150 références.

Quel que soit le nombre de pièces, le créateur doit s'assurer que sa collection est équilibrée, avec des éléments coordonnés et, d'une manière générale, un peu plus de hauts que de bas. Un conseil: Ne créez pas trop de modèles la première année, sauf à prendre le risque d'atomiser vos ventes. Si au lieu de capitaliser sur 20 références, vous en produisez 40, vous risquez de vendre 10 modèles par référence alors que si votre collection était divisée par deux, vous en vendriez 20. Souvent, 20% des collections se vendent bien contre 80% qui se vendent moins. Mais ceux qui se vendent moins ont néanmoins leur importance car ils valorisent les autres pièces de la collection.

3 - Plan de collection

Le plan de collection est un document regroupant les croquis et les informations techniques relatives aux modèles et qui servira de repère tout au long de la construction de la collection. Il permet de savoir où l'on en est, à tout moment. Il peut être bâti par thème, par matière ou par type d'articles selon l'usage que l'on veut en faire et doit prévoir une segmentation des références équilibrée entre la créativité et la réponse aux attentes du marché. Un plan de



collection intègre également des éléments budgétaires et de rentabilité. Avant de l'élaborer, il faut avoir ciblé sa clientèle, savoir exactement combien d'articles on va réaliser (qui aient le maximum de chances d'être achetés).

Il faut avoir analysé sa concurrence (prix/distribution/produits : Attention, s'il n'y a pas de concurrence, cela peut-être mauvais signe), ciblé ses moyens de distribution et identifié ses boutiques relais.

Un conseil: Il est nécessaire, lorsque l'on crée sa collection, d'avoir une offre la plus claire possible. Le client doit voir immédiatement ce qui lui est proposé. Il est donc essentiel de cadrer son produit. Il faut ensuite rester sur son positionnement au fil des saisons et sur le même positionnement-prix.

4 - Historique de sa collection.

Même si cette tâche n'a rien de facile la première année, sans recul, le créateur doit prendre l'habitude, dès qu'il a terminé une saison, de réaliser un historique de sa collection en y consignant à la fois des données quantitatives (nombre de pièces vendues par article, coût de revient, prix de vente, marge réelle...), ce qui lui permettra de déterminer la "taille moyenne de vente" de ses modèles. Cet historique se révèlera précieux lors de l'élaboration du plan de collection suivant.

