



Le magazine professionnel de
l'accessoire de mode



EMANUELE GUIDO

Avril 1, 2020 | Actualités Salons, Bijoux

Une vision claire pour son nouveau salon

En janvier 2020, Emanuele Guido, directeur des salons Homi, nous accordait une interview exclusive pour nous expliquer le tournant stratégique abordé par Homi Fashion & Jewels et quels étaient ses projets pour faire face à la concurrence.

Propos recueillis par Marianne Dorell

Quels sont vos principaux objectifs ?

Mon souhait est de continuer à développer cette nouvelle stratégie qui consiste à séparer l'univers de la maison de celui de l'accessoire de mode et du bijou en créant deux salons bien distincts (lire notre article ce sujet en cliquant [ici](#)). Et, bien évidemment, je souhaite rendre Homi Fashion & Jewels aussi attrayant et efficace que possible en parvenant à nous démarquer de Bijorhca ou Who's Next en France et à ceux de bijouterie plus traditionnelle comme Vicenzaoro en Italie ou Inhorgenta en Allemagne.

Comment comptez-vous vous distinguer par rapport à ces autres rendez-vous ?

Jusqu'à présent, la sectorisation était liée aux exposants – 50 % d'entre eux proposent des bijoux et les autres des vêtements et accessoires – et nous distinguions ces deux catégories. Mais ce n'était pas forcément pratique du point de vue des détaillants. Nous avons voulu répondre à leurs principales interrogations : « De quoi ai-je besoin ? Que vais-je proposer comme nouveautés dans mon magasin ? ». Nous avons donc, désormais, un espace dédié aux nouvelles propositions dénommé Style, qu'il s'agisse de créateurs ou de marques avec de nouvelles collections, et un autre, Everyday, consacré

à des produits du quotidien, plus abordables, disponibles en de nombreux coloris, afin de s'adapter aux goûts de chacun.

Le visitorat est-il en train d'évoluer grâce à la concomitance avec le Micam et le Mipel ?

Auparavant, nous comptions essentiellement parmi nos visiteurs des bijouteries traditionnelles et fantaisie, des boutiques de prêt-à-porter, ainsi que des grands magasins. Désormais, nous pouvons également tabler sur les boutiques de chaussures qui concèdent de plus en plus d'espace aux bijoux et aux accessoires. Les détaillants recherchent des nouveautés et historiquement, la session de janvier est toujours plus importante, avec un pouvoir d'achat plus conséquent.

« L'avenir du détaillant, réside dans sa
capacité
à vendre sa sélection personnelle, son style.
»

A l'heure où l'on voit de nombreux salons, notamment à Paris, se diriger vers une diversification, pourquoi avoir fait ce pari de la spécialisation ?

Il est impossible de répondre à toutes les questions que se pose une boutique ou un concept store. En faisant des choix à sa place, vous lui retirerez ce qui est l'essence même de son travail. Pour moi, l'avenir du détaillant, réside justement dans sa capacité à vendre sa sélection personnelle, son style. La meilleure manière de satisfaire nos visiteurs, c'est de leur fournir une réponse claire à une question spécifique et dans une catégorie de produits précise. Enfin, autre avantage, la plupart de nos exposants, une fois les bons de commande signés, peuvent livrer en trois mois.

Quel rôle comptez-vous jouer ?

Nous sommes investis quotidiennement pour dénicher de nouveaux créateurs, de nouveaux produits, de nouvelles histoires. Nous souhaitons devenir une plateforme qui proposera aux détaillants des produits originaux, qui répondront à leurs besoins. Pour cela nous développons chaque jour notre réseau, organisons des événements tout au long de l'année dans de nombreux pays, démarrons des collaborations avec des médias, des leaders d'opinion, des acheteurs. En créant toutes ces interactions, ces opportunités, nous avons envie de permettre aux gens de se rencontrer et de faire du networking et bien sûr, le salon est le point d'orgue de ce travail. Nous voulons aussi prendre le temps d'écouter l'ensemble des acteurs. Il ne s'agit pas simplement de vendre et d'acheter, mais de soutenir l'ensemble de la profession afin de la rendre plus forte, d'améliorer l'activité économique du secteur, ce qui ne manquera pas d'avoir des retombées positives sur le salon.

Tags: [Homi Fashion & Jewels](#)

Contact

Subscribe
Newsletters

Votre nom:

Votre société:

Votre email: