

ACCÈS À VOTRE COMPTE

Votre E-Mail

Mot de passe

- Mot de passe perdu
- S'inscrire à FashionMag.com

PREMIUM

- Devenez membre Premium

ACTUALITÉ

- Mode (13614)
- Sport (2466)
- Salons (2658)
- Distribution (9870)
- Textile (3588)
- Luxe (6773)
- Beauté (3608)
- Médias (2560)
- Défilés (2039)
- Création (1314)
- People (1307)
- Expos (880)
- Nominations (2879)

GALERIES PHOTOS

VIDÉOS

TENDANCES

AGENDA

PARIS - WOMENSWEAR
AUTOMNE/HIVER - 2016



Ludovic Winterstan Couture - Womenswear - Paris



John Galliano - Womenswear - Paris



Ellery - Womenswear - Paris



Geoffrey B. Small - Womenswear - Paris



YDE - Womenswear - Paris

Toutes les photos :
Paris - Womenswear
Automne/Hiver - 2016



« Consommation : quels...

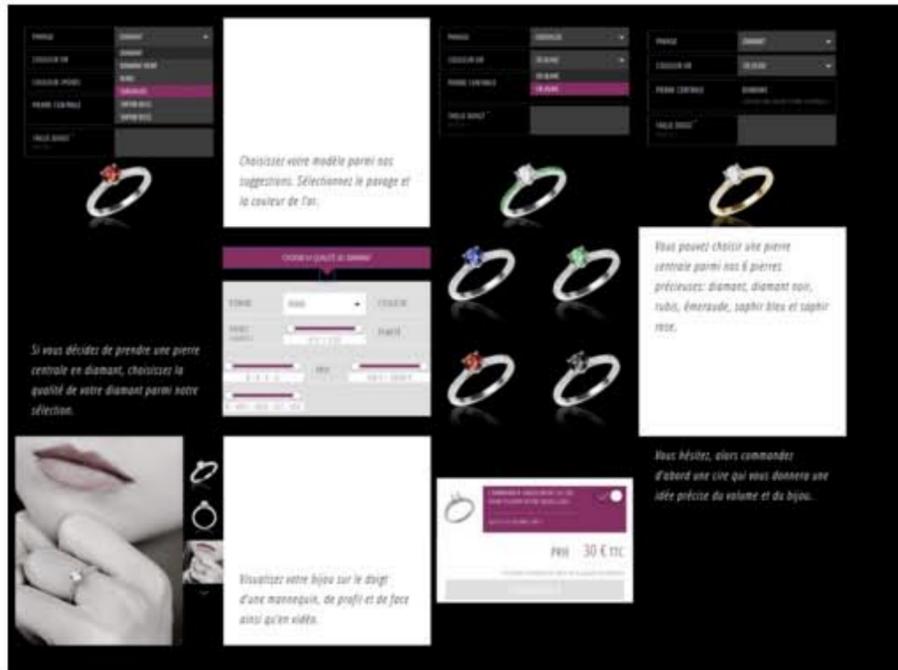
Les Nouveaux Ateliers visent...

Actualité > Luxe

5 juillet 2016

Jaubalet donne un nouveau visage à la joaillerie

Après vingt ans passés à la direction commerciale du département Maison d'Hermès, Patrick Baruel s'est lancé en 2008 dans la joaillerie sur-mesure et personnalisable, en optant pour une stratégie digitale et en misant sur l'innovation dans un milieu très traditionnel. Tournée vers les pays russophones en premier lieu, Jaubalet se concentre sur la France désormais avec son nouveau site disponible depuis décembre dernier.



Les options de personnalisation sur le site de Jaubalet

La Maison Jaubalet propose une collection de base qui est personnalisable grâce à 80 combinaisons existantes et propose de réaliser aussi des créations sur-mesure à base de croquis des clients, le tout sur son site et sans boutique physique.

Installé au numéro 10 de la place Vendôme, le président de la Maison parisienne explique son choix : « Je crois beaucoup en l'évolution du secteur du luxe avec Internet. Les ventes ne se font plus seulement en boutique, mais beaucoup en ligne car tout le monde travaille, tout le monde est pressé et ils n'ont plus le temps de faire des achats ».

Plus qu'une stratégie de ventes en ligne, le dirigeant a choisi d'allier innovation, technologie et tradition. Sa Maison fabrique des prototypes des bagues conçus par les clients, via une imprimante 3D, à base de cire et de fausse pierre. L'idée est d'offrir ce prototype, appelé « la cire », à sa fiancée pour lui donner un aperçu de la bague et ensuite retourner voir le joaillier pour y apporter des changements ou juste lancer la fabrication du modèle final sans modification dans les ateliers parisiens de Jaubalet.

Patrick Baruel confie : « On essaye d'avoir toujours une longueur d'avance sur ce qui se passe sur le marché ». Il s'agit d'être en accord avec les attentes des consommateurs d'aujourd'hui. Sa clientèle se compose à 70 % d'hommes ayant entre 30 et 45 ans.

Le président travaille sur de nouveaux projets comme le lancement d'un logiciel de dessin en 3D accessible sur son site pour aider les clients à réaliser un dessin de la bague le plus précis possible ou encore sur une application autour de l'univers du mariage, de Paris... Des nouveautés qui verront le jour d'ici la fin d'année.

Pour lui, « la 3D pour le secteur du luxe tout comme Internet sont des réels tremplins ». Patrick Baruel assure être passé de 80 % de son chiffre d'affaires réalisés à l'étranger à 50 % désormais grâce à une croissance à deux chiffres enregistrée en France et des paniers moyens aux alentours de 4 000 euros. Le site a aussi été développé dans une version chinoise, une américaine et une allemande.

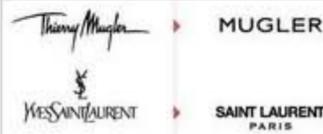
Même si le dirigeant confie ne jamais vouloir passer aux boutiques physiques en France, Jaubalet devrait se développer au Moyen-Orient avec des collections spécifiques. Et sur ce marché, selon Patrick Baruel, il est nécessaire de d'abord se faire connaître avec des points de vente, mais équipés de technologies comme des écrans connectés pour ensuite proposer du sur-mesure.

Par Lucile Deprez

Je désire recevoir gratuitement et quotidiennement FashionMag.com, la newsletter des professionnels de la mode, du luxe et de la beauté. [\(cliquez ici pour consulter la dernière newsletter\)](#)

Inscrivez-vous

HOT NEWS



Près de la moitié des marques de luxe mentionnent Paris dans leur logo



Pierre-François Le Louët (FFPAPF) : "Il s'agit de préparer le monde de demain"



Damien Mignot (Samsonite) : « Nous ne viendrons jamais à des produits purement mode »



Maria Grazia Chiuri confirmée à la tête de la Maison Dior



Uniqlo et Christophe Lemaire dévoilent la nouvelle campagne Uniqlo U

Autres news

LES DERNIÈRES VIDÉOS



Stéphanne Rolland - Présentation Haute Couture Automne / Hiver 2016/17 (avec interview)



Yohji Yamamoto - collection HOMME printemps/été 2017 à Paris



Vivienne Westwood - collection HOMME printemps/été 2017 à Milan (avec interviews)