

Interview de Sophie Vialle, Business Developer de la marque John Hardy en France

Publié en Avril 2019



Comité de Rédac de Mayence (C.R.M.) : Bonjour Madame, pourriez-vous dire quelques mots sur la marque John Hardy qui arrive en France ?

Sophie Vialle : Dans les années 1970, John Hardy, artiste et visionnaire tombe amoureux de l'île enchantée de Bali.

A travers ses créations John Hardy souhaite mettre en exergue l'expertise des maîtres-artisans et perpétuer leurs traditions. Son objectif, proposer une gamme de bijoux de luxe fabriqués de la manière artisanale la plus distinctive et la plus désirable qui soit.



Il se consacre à la recherche de la beauté « ultime » ..., une beauté puissante, dramatique et inspirante.



Il créa aussi une école dont la vocation est la transmission de ces savoir-faire. Aujourd'hui la société est l'origine du programme « Jobs for Life » qui assure, en outre, la formation professionnelle d'orphelins balinais.



C.R.M. : Quelles sont les valeurs attachées à la marque ?

Sophie Vialle : La société a été fondée sur un collectif authentique avec les artisans locaux.

Son but est de préserver le savoir-faire ancestral de l'artisanat local tout en créant en permanence de nouveaux bijoux.

De plus, nous œuvrons à démontrer la compatibilité du commerce de luxe et du respect de l'environnement. Un exemple : 100% de l'argent et de l'or que nous utilisons proviennent de retraitement.



C.R.M. : Pourquoi un lancement aux Galeries Lafayette ?

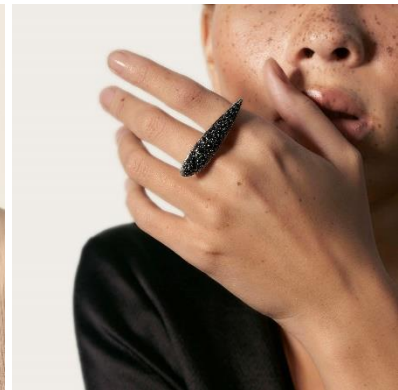
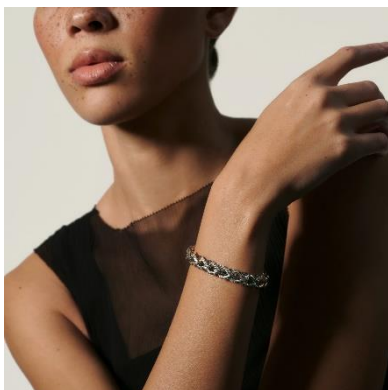
Sophie Vialle : Les Galeries Lafayette ont accepté de nous réserver un espace dédié pour le lancement de la marque en Europe. Ce point de départ des collections de John Hardy sera suivi prochainement d'autres espaces.



C.R.M. : A Quelle type de clientèle s'adresse à la marque ?

Sophie Vialle : La marque n'a pas de cible traditionnelle liée à l'âge, aux CSP ou à un certain style.

La grande diversité de ses gammes permet à des femmes et des hommes très différents de s'y retrouver à travers un bijou, une parure, une pierre... Le lien, parfois extérieurement peu visible, pouvant résider dans l'adhésion aux valeurs cinquantenaires particulières de notre marque... Nos produits peuvent s'adresser à vos parents comme à vos enfants !



C.R.M. : Que peut-on vous souhaitez pour la suite ?

Sophie Vialle : De pouvoir proposer nos collections dans divers points européens jusqu'à atteindre une notoriété équivalente à celle des Etats Unis.

Le Comité de Rédac de Mayence