

profil



Baguette « toka », composée d'un jonc plat en argent rhodié incurvé accueillant douze keshis de Tahiti. Le tout évoquant les coraux des lagons polynésiens.

Collier « Uoa Hiomata », au nom évocateur « d'éclat de lune scintillant » en tahitien. Perles de Tahiti sur argent 925.

Tahizea, un hommage à une perle d'exception

par Kyra Brenzinger

La marque polynésienne a basé toute sa création sur les perles de Tahiti, réputées mondialement pour leur beauté mystérieuse et leurs couleurs inégalées.

« Ce sont les seules perles de couleurs naturelles au monde, précise Aline Baldassari-Bernard, fondatrice de la marque Tahizea. Les seuls traitements que l'on apporte par la main de l'homme sont les lavements au sel et le polissage léger avec des petits morceaux de bois. Le reste, c'est la nature qui décide ! ». Aline, grande voyageuse, revient d'une exposition au Liban, organisée par l'Ambassade de France. « Comme la France n'a pas de pierres sur son territoire, nos perles de Tahiti représentent la seule richesse naturelle liée à la bijouterie ». Tahizea exposait aux côtés de la Maison de la Perle, établissement public qui contrôle et réglemente la production de la perle, mais qui aujourd'hui organise aussi sa promotion depuis la fermeture du GIE. « La Maison de la Perle souhaite développer notre collaboration avec les ambassades et les missions économiques. Son idée est de valoriser la perle de Tahiti et si possible d'éviter des intermédiaires. Personnellement, nous exposons en direct au salon de Las Vegas et nous avons déjà réussi à nous exporter vers des pays aussi difficiles que la Russie. Preuve que notre produit plait à l'international et à des marchés très différents ! Partout où je suis passée, notre

collection a toujours été bien accueillie ». Tahizea propose une offre avec un bon rapport qualité-prix qui séduit des pays pourtant réputés pour aimer un style plus ostentatoire. La collection printemps-été, composée de 20 nouveaux modèles, propose des bijoux plus minimalistes à petits budgets avec notamment des Keshis mais aussi des produits d'image comme un collier faux-col appelé « Uoa Hiomata », au nom évocateur « d'éclat de lune scintillant » en tahitien. « Pour répondre à l'attente de nos clients, nous avons privilégié des lignes plus modernes. Le bijou est en argent mais très élaboré. Contrairement à certaines marques, Tahizea, c'est 100 % de création. Nous n'achetons aucun modèle déjà créé, précise Aline. Pour notre bureau à Paris, nous souhaitons travailler avec de nouvelles méthodes en invitant nos acheteurs à nous rencontrer directement. En complément, nous leur proposerons, très bientôt, de commander sur notre site Internet et nous les informerons régulièrement de nos nouveautés grâce à une Newsletter ». Tahizea vient à nous avec de nouvelles idées et propose son univers de rêve polynésien à un prix accessible. La tentation est bien grande de s'offrir ce voyage à portée de main !