



Stratégie

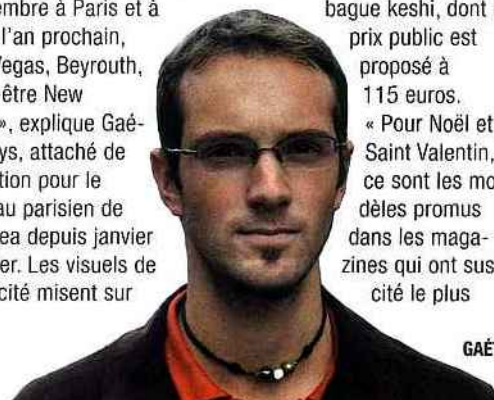
OFFENSIVE COMMUNICATION DE **TAHIZEA**

« Tahizea a choisi de ne pas exposer à Baselworld cette année mais plutôt de développer sa communication dans les médias et sur d'autres salons : Printor en septembre à Paris et à Lyon l'an prochain, Las Vegas, Beyrouth, peut-être New York », explique Gaétan Lys, attaché de direction pour le bureau parisien de Tahizea depuis janvier dernier. Les visuels de publicité misent sur

des prises de vue réalisées à Tahiti, en pleine nature, avec un couple paré de nombreux bijoux Tahizea dont l'un est mis en exergue. Pour la fête des mères, c'est la nouvelle bague keshi, dont le prix public est proposé à 115 euros.

« Pour Noël et la Saint Valentin, ce sont les modèles promus dans les magazines qui ont suscité le plus

grand nombre d'achats », remarque Gaétan Lys qui souhaite poursuivre dans cette voie. Il a également prévu un nouveau site Web à l'occasion de la fête des mères, avec une partie grand public et un accès professionnel. Si Tahizea s'est fait connaître pour l'association de l'argent aux perles de cultures de Tahiti, il n'est pas impossible qu'une ligne or et pierres précieuses sorte un jour, tout en restant dans un luxe accessible.



GAÉTAN LYS, TAHIZEA