

## “Un portefeuille à succès se compose de marques fortes et établies ainsi que de nouveaux labels surprenants”

**D**ébut de l'année dernière, Hubert Janvier a été désigné General Manager de Vincent Gaye Company. Lors d'un entretien dans l'impressionnant siège social de Braine L'Alleud, la rédaction de Prestige Magazine a largement discuté avec M. Janvier au sujet de l'origine de l'entreprise, du portefeuille de marques et des derniers développements. Un exemple est l'introduction de la marque de montre danoise Obaku lors de la prochaine édition d'OroTempo (Autoworld Bruxelles, 6 + 7 septembre).

Pouvez-vous nous raconter en bref l'histoire de Vincent Gaye Company?

“Monsieur Vincent Gaye a fondé l'entreprise en 1978 et en est toujours le CEO. Dans les premières années, l'accent était essentiellement mis sur les marques suisses

exclusives. Beaucoup de ces marques étaient à peine vendues en Belgique et au Luxembourg avant que Vincent Gaye Company ne commence à les représenter. Il n'est pas exagéré de prétendre que l'entreprise a rendu certaines de ces marques célèbres en

Belgique et au Luxembourg. Selon moi, cela en dit long sur Vincent Gaye. Il s'agit d'un homme d'affaires pur sang avec une vision aiguisée du secteur, une grande conviction et une énorme motivation pour réaliser les objectifs préétablis.”

“La forte croissance de Vincent Gaye Company coïncide avec l'accent mis sur les marques de montres et de bijoux tendance, comme Benetton, Esprit et Guess. Il s'agissait d'une époque où le marché de la bijouterie était encore dominé par des marques avec un esprit beaucoup plus traditionnel. Vincent Gaye Company était alors un des premiers



fournisseurs à se consacrer aux 'fashion brands' et cela a apporté beaucoup à l'entreprise.”

Pouvez-vous donner une idée du portefeuille de marques actuel de Vincent Gaye Company?

“Je commencerais par Esprit Watches et Esprit Jewelry, que je considère comme nos marques phares et que nous représentons depuis plus de vingt ans déjà. D'ailleurs, nous faisons cela non seulement en Belgique et au Luxembourg, mais aussi en France. Ces trois dernières années, le fabricant a énormément investi dans le développement de nouveaux produits et le renouvellement des collections. Ces efforts n'ont pas été vains; tant dans le BeLux qu'au niveau international, la part de marché d'Esprit a considérablement augmenté. Une autre particularité d'Esprit est la collection pour enfants, surtout parce qu'elle se compose de montres et de bijoux qui se combinent à merveille.”

“Guess Watches, Guess Jewellery et la collection haut de gamme Gc Smart Luxury font partie des principales 'fashion watch brands' du marché. En tant que marque de montre tendance qui donne le ton, Guess renouvelle constamment la collection pour ainsi rester un véritable chef de file. Pour cette raison, Guess introduit sans cesse de nouveaux designs et innovations afin que les consommateurs restent enthousiastes et fidèles. Un bon exemple est la collection exclusive 'Blue Plating', lancée en 2014 et avec laquelle Guess a déjà réalisé plus de 25% des ventes mondiales. Un autre bon exemple est Guess Connect, la première 'fashion lifestyle connected watch' qui a été lancée cette année et qui propose un certain nombre de 'connected features' jamais vus auparavant.”

“Nous représentons la marque Police dans tout le Benelux. Tant les montres que les bijoux se caractérisent par une identité forte et sans compromis ainsi qu'un aspect tendance. Ces derniers temps, la collection Police a été renforcée par un certain nombre de styles tendance très forts, qui sont très bien accueillis par un grand groupe de consommateurs. Tout

◀ Hubert Janvier: “Vincent Gaye Company is voortdurend actief om de beste merken uit verschillende categorieën te selecteren, zodat juweliers een assortiment kunnen samenstellen dat perfect is afgestemd op hun individuele situatie en klantenkring”

Hubert Janvier: “Vincent Gaye Company est toujours actif pour sélectionner les meilleures marques dans diverses catégories, de manière à ce que les bijoutiers puissent composer un assortiment qui correspond parfaitement à leur situation individuelle et à leur clientèle.”

ceci est également valable pour Superdry, que nous représentons dans le Benelux depuis deux ans et demi. Une nouveauté de Superdry est une collection de montres compactes avec des modèles à partir de 35,- € qui sont présentés sur un présentoir de comptoir.”

“Nautica propose des montres de plongée avec un caractère chic et sportif, très apprécié par les véritables amateurs de montre. Un des fleurons est la NMX Dive Style, qui est étanche jusqu'à 20 ATM et est pourvue de diverses fonctions supplémentaires, notamment un bathymètre.”

“La marque de montre suisse Roamer a été ajoutée à notre portefeuille au début de cette année. Une raison importante est que l'ensemble de la collection Roamer est 'Swiss Made' tout en restant relativement abordable pour le consommateur moyen. Les prix de vente recommandés en magasin débutent à 169,- € et l'ensemble de la collection est pourvu d'un verre saphir, d'un design équilibré et d'une finition parfaite.”

“Notre portefeuille est complété par Jack&Co, une marque jeune et fraîche de bijoux en argent qui sont créés et fabriqués en Italie.”

À quoi ressemble votre carrière jusqu'ici?

“J'ai travaillé vingt ans pour 'Clear Channel', un groupe de presse américain. Pendant dix ans, j'étais Managing Director pour la Belgique et je me suis également occupé de divers pays d'Europe du Sud. En 2012, j'ai commencé chez Vincent Gaye Company. D'abord, je me suis concentré sur le marché français et, début 2014, j'ai été désigné General Manager.”

Vincent Gaye Company est un des plus grands exposants lors de la prochaine édition d'OroTempo. Vous attendez-vous à ce que plus de bijoutiers visitent ce salon vu qu'Aurum a été annulé?

“Je ne pense pas que les développements autour d'Aurum auront une grande influence à ce niveau, mais, dans tous les cas, le fait est que le nombre de visiteurs d'OroTempo ne cesse d'augmenter d'année en année. Nous considérons surtout cet événement comme un lieu où nous pouvons présenter notre entreprise et nos marques à tout le secteur. Pour nos propres clients, nous organisons, deux fois par an, un événement personnel à Braine L'Alleud. Celui-ci se tient toujours en juin et en octobre.”

Vincent Gaye Company ne possède pas de propre boutique en ligne directement accessible aux consommateurs. Envisagez-vous des changements à ce niveau à court ou long terme?

“Au niveau du commerce, Internet est devenu

une puissance qui ne peut tout simplement pas être ignorée. Tant pour nous que pour les fournisseurs ou les bijoutiers, il est essentiel de disposer d'une stratégie claire. J'ai également abordé le sujet lors d'un colloque tenu par Ars Nobilis fin juin à Bruxelles [voir l'article rédactionnel de cette publication, NDLR.]. Actuellement, Vincent Gaye Company n'a pas de projets concrets dans le domaine du commerce électronique, car nous nous concentrons sur d'autres projets, mais le jour viendra où nous prendrons une décision à ce sujet. Quelle que soit cette décision, les bijoutiers qui sont clients chez nous pourront être assurés que leur position restera prioritaire pour nous et nous en tiendrons sérieusement compte.”

De quelle manière Vincent Gaye Company soutient-il les bijoutiers au niveau du marketing?

“Il y a un an, nous avons lancé, pour nos 'key retailers', un programme de partenariat spécial grâce auquel ils peuvent optimiser leurs résultats de vente. Brièvement, ce programme a rendu le soutien marketing que nous offrons aux bijoutiers plus systématique et leur a permis d'atteindre de bons résultats.”

Que pouvez-vous conseiller aux bijoutiers pour la composition de leur portefeuille de marques? Quand un portefeuille est-il parfaitement constitué selon vous?

“Chaque détaillant a besoin d'une base composée de marques fortes et établies qui donnent le ton dans leur classe et qui plaisent directement au consommateur. En face de cela, il faut proposer des marques nouvelles, fraîches et surprenantes qui plaisent également aux plus jeunes et qui se distinguent positivement. Vincent Gaye Company est toujours actif pour sélectionner les meilleures marques dans ces deux catégories, de manière à ce que les bijoutiers puissent composer un assortiment qui correspond parfaitement à leur situation individuelle et à leur clientèle.”

“Lors de la prochaine édition d'OroTempo, nous présentons la marque de montre danoise Obaku, que Vincent Gaye Company représente désormais en Belgique et au Luxembourg. Obaku a un aspect naturel et combine la fonctionnalité scandinave au design minimaliste oriental. Obaku est “la” marque avec laquelle les bijoutiers pourront surprendre leurs clients, je suis donc très satisfait de l'ajout d'Obaku à notre portefeuille.”

Pour de plus amples informations, venez visiter le stand de Vincent Gaye Company lors d'OroTempo ou prenez contact avec:

Vincent Gaye Company  
Rue du Charron 284  
1420 Braine L'Alleud  
Tél. 02/7722550

## “Een succesvol portfolio bestaat uit sterke, gevestigde merken en verrassende nieuwe labels”

**B**egin vorig jaar werd Hubert Janvier aangesteld als General Manager van Vincent Gaye Company. Tijdens een interview op het indrukwekkende hoofdkantoor in Braine L'Alleud sprak de redactie van Prestige Magazine uitgebreid met de heer Janvier over de oorsprong van het bedrijf, het merkenportfolio en de nieuwste ontwikkelingen. Een voorbeeld hiervan is de introductie van het Deense horlogemerken Obaku tijdens de komende editie van OroTempo (Autoworld Brussel, 6 + 7 september).

Kunt u in het kort iets vertellen over de historie van Vincent Gaye Company?

“De heer Vincent Gaye richtte het bedrijf op in 1978 en hij is nog altijd de CEO van het bedrijf. In de beginjaren lag de focus voornamelijk op exclusieve Zwitserse merken. Veel van die merken werden in België en Luxemburg nauwelijks verkocht voordat Vincent Gaye Company met de vertegenwoordiging startte. Het is niet overdreven te stellen dat het bedrijf een aantal van die merken groot heeft gemaakt in België en Luxemburg. Dit zegt in mijn ogen veel over de persoon Vincent Gaye. Hij is een ondernemer pur sang met een scherpe visie op de sector, een sterke overtuiging en een enorme motivatie om vooraf gestelde doelen daadwerkelijk te realiseren.”

“De grote groei van Vincent Gaye Company viel samen met de focus op modieuze horloges en juwelenmerken zoals Benetton, Esprit en Guess. Dit was in een tijd dat de juweliersmarkt nog gedomineerd werd door merken met een veel traditionelere uitstraling. Vincent Gaye Company was destijds één van de eerste leveranciers die zich toelegden op 'fashion brands' en dat heeft het bedrijf veel gebracht.”

Kunt u een impressie geven van het huidige merkenportfolio van Vincent Gaye Company?

“Dan begin ik met Esprit Watches en Esprit Jewelry, wat ik als onze hoofdmerken beschouw en die we al meer dan twintig jaar vertegenwoordigen. Overigens doen we dit niet alleen in België en Luxemburg, maar ook in Frankrijk. In de afgelopen drie jaar heeft de producent enorm geïnvesteerd in de ontwikkeling van nieuwe producten en een vernieuwing van de collecties. Deze inspanningen zijn niet voor niets geweest; zowel in BeLux als internationaal gezien is het marktaandeel van Esprit aanzienlijk gegroeid. Ook bijzonder aan Esprit is de collectie voor kinderen, vooral omdat deze bestaat uit horloges en juwelen die

uitstekend met elkaar te combineren zijn.”

“Guess Watches, Guess Jewellery en de premium-collectie Gc Smart Luxury behoren tot de belangrijkste 'fashion watch brands' in de markt. Als toonaangevend modemerken vernieuwt Guess de collectie voortdurend om op die manier een echte trendsetter te blijven. Om die reden introduceert Guess voortdurend nieuwe designs en innovaties zodat de consumenten enthousiast en loyaal blijven. Een goed voorbeeld hiervan is de exclusieve 'Blue Plating Collection', die in 2014 is gelanceerd en waarmee Guess al meer dan 25% van de wereldwijde verkoop realiseert. Een ander goed voorbeeld is Guess Connect, het eerste fashion lifestyle connected watch dat dit jaar gelanceerd wordt en dat een aantal eersteklas connected features heeft die de sector nooit eerder heeft gezien.”

“Het merk Police vertegenwoordigen wij in de gehele Benelux. Zowel de horloges als de juwelen worden gekenmerkt door een sterke, compromisloze identiteit en een modieus uiterlijk. In de afgelopen tijd is de Police-collectie versterkt met een aantal zeer sterke fashion styles, die extreem goed zijn ontvangen door een grote groep consumenten. Dit alles geldt ook voor Superdry, dat we sinds tweeënehalf jaar in de Benelux vertegenwoordigen. Nieuw bij Superdry is een compacte horlogecollectie met modellen vanaf € 35,- die op een baliedisplay gepresenteerd worden.”

“Nautica staat voor duikhorloges met een sportief-chic karakter, die zeer geliefd zijn bij ware horlogeliefhebbers. Eén van de paradepaardjes is de NMX Dive Style, die waterdicht is tot 20 ATM en voorzien is van verschillende extra functies waaronder een dieptemeter.”

“Het horlogemerken Roamer of Switzerland is



begin dit jaar aan ons portfolio toegevoegd. Een belangrijke reden hiervoor is dat de volledige Roamer-collectie 'Swiss Made' is en voor de gemiddelde consument toch prima betaalbaar. Geadviseerde winkelprijzen beginnen al bij € 169,- en voor de gehele collectie geldt dat deze is voorzien van saffierglas, een uitgebalanceerd design en een perfecte afwerking.”

“Ons portfolio wordt gecompleteerd door Jack&Co, een jong, fris merk zilveren juwelen die worden ontworpen en geproduceerd in Italië.”

Hoe heeft uw loopbaan er tot op heden uitgezien?

“Ik heb twintig jaar voor 'Clear Channel' gewerkt, een Amerikaans media-concern. Gedurende tien jaar was ik Managing Director voor België en ook heb ik me beziggehouden met verschillende Zuid-Europese landen. In 2012 ben ik gestart bij Vincent Gaye Company. In eerste instantie richtte ik me op de Franse markt en begin 2014 werd ik aangesteld als General Manager.”

Vincent Gaye Company is één van de grotere exposanten tijdens de komende editie van OroTempo. Verwacht u dat meer juweliers deze beurs zullen gaan bezoeken nu Aurum is geannuleerd?

“Ik denk niet dat de ontwikkelingen rondom Aurum hier veel invloed op hebben, maar feit is in ieder geval wel dat de bezoekersaantallen van OroTempo al jaren gestaag aan het groeien zijn. Dit evenement beschouwen wij vooral als een plek waar we ons bedrijf en onze merken kunnen presenteren aan de complete sector. Voor onze eigen klanten organiseren we tweemaal per jaar een eigen evenement in Braine L'Alleud. Deze worden altijd gehouden in juni en in oktober.”

Vincent Gaye Company heeft geen eigen webshop waarop rechtstreeks aan consumenten wordt verkocht. Verwacht u dat hier op kortere of langere termijn verandering in komt?

“In de handel is internet een kracht die eenvoudigweg niet te negeren valt. Zowel voor ons als leverancier als voor juweliers geldt dat het noodzakelijk is om over een duidelijke strategie te beschikken. Hierover heb ik ook gesproken tijdens het colloquium dat Ars Nobilis eind juni in Brussel hield (zie hierover het redactionele artikel elders in deze

uitgave, red.). Momenteel heeft Vincent Gaye Company geen concrete plannen op het gebied van e-commerce omdat we ons op andere projecten richten, maar er komt zeker een moment dat we hierover een beslissing gaan nemen. Hoe deze beslissing ook zal uitvallen, juweliers die klant bij ons zijn kunnen erop vertrouwen dat hun positie voor ons bovenaan staat en wij hier terdege rekening mee zullen houden.”

Op welke manier ondersteunt Vincent Gaye Company juweliers op het gebied van marketing?

“Een jaar geleden hebben we voor onze 'key retailers' een speciaal partnership-programma gelanceerd waarmee zij hun verkoopresultaten verder kunnen optimaliseren. Kortgezegd komt het erop neer dat dit programma de marketingsupport die wij juweliers bieden systematischer heeft gemaakt en hiermee zijn mooie resultaten behaald.”

Wat kunt u juweliers adviseren over de samenstelling van hun merkenportfolio? Wanneer is zo'n portfolio volgens u op de juiste manier opgebouwd?

“Iedere retailer heeft een basis nodig bestaande uit sterke, gevestigde merken die toonaangevend zijn binnen hun klasse en die de

consument direct aanspreken. Daar tegenover dienen verrassende, frisse en nieuwe merken te staan die ook jongere doelgroepen aanspreken en die op een positieve manier onderscheidend zijn. Vincent Gaye Company is voortdurend actief om de beste merken uit deze beide categorieën te selecteren, zodat juweliers een assortiment kunnen samenstellen dat perfect is afgestemd op hun individuele situatie en klantenkring.”

“Tijdens de komende editie van OroTempo presenteren we het Deense horlogemerken Obaku, dat Vincent Gaye Company voortaan vertegenwoordigt in België en Luxemburg. Obaku heeft een natuurlijke uitstraling en combineert Scandinavische functionaliteit met minimalistisch, Oosters design. Obaku is bij uitstek een merk waarmee juweliers hun klanten kunnen verrassen, dus ik ben zeer tevreden over de toevoeging van Obaku aan ons portfolio.”

Voor meer informatie bezoekt u de stand van Vincent Gaye Company tijdens OroTempo of neemt u contact op met:

Vincent Gaye Company  
Rue du Charron 284, 1420 Braine L'Alleud  
Tel. 02/7722550

