

design & lifestyle

● **idprestige** ● **مَارُوق**

15 Octobre - 15 décembre 2020

n°58 - 39 dh

Covid 19

Réaménagez vos bureaux

Un automne pour tout changer

Cuisines

Salles de bain

Salons

Jardins Paysagers
by Miya Belkora

Azuelos fête
ses 100 ans!

Nouveau!
Un second magazine
inédit & 100% en ligne
en scannant ce QR Code



Evasion

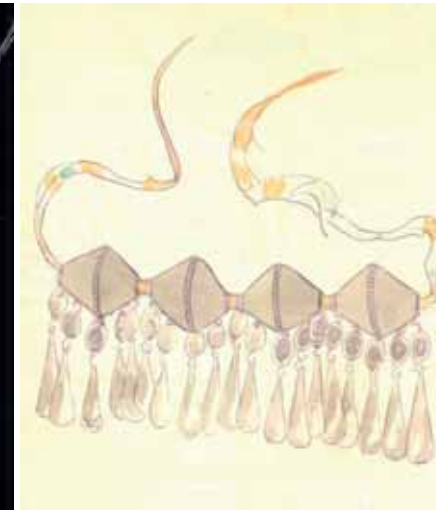
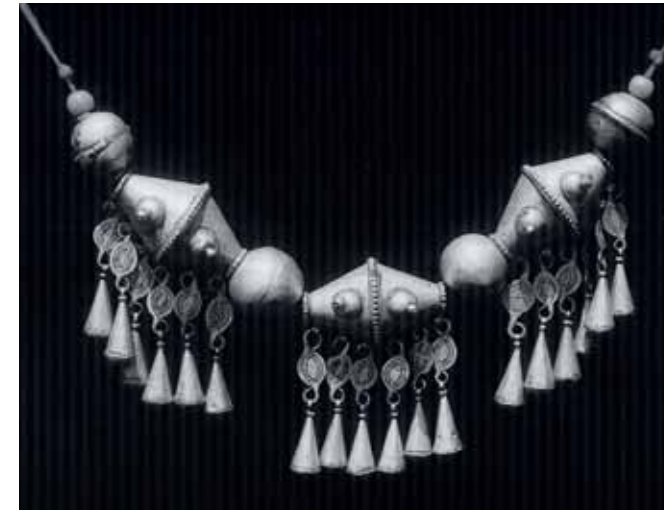
Widiane et Rabat Story



Azuelos

1920-2020 : 100 ans de créations

Depuis 1920, l'esprit d'innovation, la créativité, et le savoir-faire joaillier animent les créations Azuelos. La Maison a construit son identité sur la base de collections influencées à la fois par le patrimoine artisanal marocain et les tendances de chaque époque. Aujourd'hui, Azuelos n'est pas seulement une marque, mais elle fait partie de l'histoire de la joaillerie marocaine. Entretien avec Sébastien Azuelos, le directeur général.



Source d'inspiration de la collection Tazzarine : les Inimatems

Que signifie pour la maison Azuelos de fêter son centenaire?

C'est une date importante, éminemment symbolique qui est à la fois source d'émotion mais aussi d'introspection puisqu'il s'agit de faire le bilan du chemin parcouru et de l'ensemble des dizaines de milliers de pièces réalisées au cours des dernières décennies. C'est un bel exercice de constat sur l'évolution de la marque aussi, qui n'a eu de cesse de se réinventer. 100 ans, pour la maison Azuelos, c'est surtout la succession de quatre générations, qui chacune a apporté sa pierre à l'édifice dans des contextes historiques diamétralement différents.

Entre 1920 et 2020, il y a non pas un mais des dizaines de mondes. La nature du bijou et la façon de le commercialiser ont beaucoup changé. Il existe une différence dans l'approche technique même,

nous sommes passé du travail du ciselage de l'or brut, à la confection de bijoux en or contemporains polis. Avant, nous utilisions majoritairement de très grosses pierres semi-précieuses, aujourd'hui on opte aussi pour des pavages de diamants par exemple. De plus, les femmes ne portent plus le bijou de la même manière ou pour les mêmes occasions. Au début du siècle dernier, le bijou était essentiellement réservés aux grandes cérémonies familiales, de nos jours, le bijou est un accessoire aussi et surtout de la vie de tous les jours, proposé à des budgets parfois plus accessibles. Nous avons également diversifié nos collections avec un choix plus large de bijoux : boucles d'oreilles, bracelets, bagues, pendentifs ... l'offre est bien plus variée. Toutefois, nous avons essayé de garder des points communs entre les pièces d'époque et celles d'aujourd'hui.

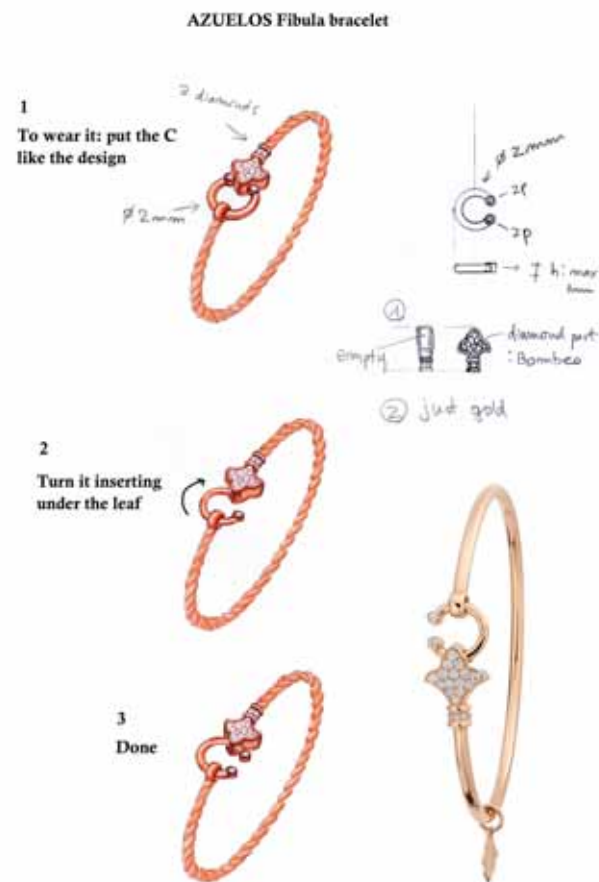


Nouvelle collection Tazzarine





Collection Fibula



Par exemple, la forme de la khmissa a été conservée et retravaillée, le concept d'accumulation de bracelets a été gardé mais avec des pièces plus variées, plus faciles à porter. A l'époque, les femmes accumulaient les bracelets comme un moyen de thésaurisation. Aujourd'hui, le «staging», du verbe «to stack» (empiler en français), est un véritable phénomène de mode en joaillerie. Un autre point commun est la philosophie de la maison Azuelos qui elle reste inchangée : offrir un produit de qualité conçu pour vivre dans le temps. D'un point de vue entrepreneurial, les choses là aussi ont évoluées. Isaac Azuelos, premier du nom et instigateur de l'enseigne travaillait pour construire un patrimoine à léguer à ses enfants, tous formés sans exception aux métiers de la bijouterie ; son fils Joseph à son tour a lui aussi transmis ce savoir-faire à ses enfants mais en y apportant des influences issues de la bijouterie européenne, tandis que son père ne se concentrait que sur le travail artisanal marocain de l'or et des pierres. Joseph a également su développer l'ADN de la maison Azuelos, l'idée d'image de marque. Les générations suivantes ont apporté une vision stratégique à l'ensemble, en étendant le réseau à plusieurs boutiques et dans d'autres villes que Rabat. Vint ensuite l'expansion à l'échelle de Groupe, par la distribution de marques horlogères internationales exclusives comme Rolex, Jaeger LeCoultre ou encore Tudor, et enfin une communication très contemporaine via notamment le digital et les nouveaux médias impulsée dès la fin des années 2000.

Vos créations joaillères se sont toujours inspirées de l'héritage du patrimoine artisanal et culturel marocain. Pourquoi ce choix?

La question est intéressante. Nous avons souhaité nous démarquer et ne pas faire comme les autres bijoutiers et joailliers. Nous avons préféré nous inspirer d'un patrimoine artisanal qui parle à l'âme sensible de notre clientèle marocaine. La grille du moucharabieh, la forme de la khmissa, le motif de la fibule ou d'asilah, toutes ces créations évoquent quelque chose dans l'imaginaire du consommateur marocain. Si l'on crée des bijoux modernes, sans style ni histoire particuliers, rien ne nous distingue alors plus des autres marques internationales. Nous vivons désormais dans un monde standardisé et globalisé, il faut donc faire attention à ne pas succomber à la création de produits génériques que tout le monde est en mesure de proposer. Quel intérêt aurions-nous à faire comme les autres quand on possède une histoire et un savoir-faire séculaire comme le nôtre ? Au contraire, il semble naturel pour nos designers de puiser dans le patrimoine de la maison, de veiller à conserver une identité propre et reconnaissable entre toutes. Pour exister, il faut être en mesure de produire un bijou singulier et le meilleur moyen d'y parvenir est de faire dans le 100% marocain.

Quels sont les avantages et les inconvénients d'une société très familiale comme la vôtre?

Nous n'avons aucune pression, il n'y a pas d'obligation de management, pas de règles qui nous forceraient à faire des choses contre notre volonté. A la différence d'autres marques qui doivent répondre à une logique de rentabilité, parce qu'elles sont soumises à une obligation de résultat à l'égard de leurs investisseurs ou leurs actionnaires, nous ne nous donnons comme objectifs que ceux imposés par la qualité et la créativité. Nous sommes organisés de sorte que chacun des membres de la famille ait son propre domaine d'activité. Nous travaillons en bonne intelligence et c'est une immense chance dans un monde du travail toujours plus compétitif. En un mot, nous sommes vraiment libres. Travailler en famille est souvent décrié mais en réalité, ce n'est pas si compliqué. Le plus important est de se concentrer sur la fabrication de beaux bijoux, de pérenniser un savoir-faire artisanal séculaire tout en répondant à la demande contemporaine en terme de style. Plus que la dimension entrepreneuriale ou familiale, c'est le produit que nous créons, l'émotion qu'il procure qui nous importe vraiment.

Quelles ont été les dates les plus importantes de ces 100 dernières années?

Tout d'abord la date de création de l'échoppe d'Isaac Azuelos en 1920. Ensuite, 1956, date où Joseph Azuelos a ouvert sa propre boutique dans la ville nouvelle de Rabat après l'abolition de la loi française du protectorat qui interdisait à des marocains de s'installer en dehors de la médina. Il y a aussi évidemment les dates d'ouverture des autres boutiques, qui sont assez représentatives de l'évolution de la maison. En 1993 celle de Casablanca, l'ouverture de notre flagship store en 2009 dans le quartier de l'Agdal à Rabat et autour de 2010, les ouvertures des centres commerciaux Mega Mall et Morocco Mall, une belle preuve de capacité d'expansion. Quand on regarde autour de nous, il y a très peu de marques marocaines capables d'afficher 100 d'existence au compteur, c'est une immense fierté.

Les modes de vente et d'achat, les moyens de communication, les styles de produits ont changé en 100 ans. Comment vous êtes-vous adaptés?

C'est assez facile pour nous de nous adapter au marché car nous sommes une petite structure très réactive. Notre chaîne de production est immensément flexible et nous produisons en petites quantités. Nous avons la capacité d'ajuster notre production en fonction de la demande. C'est la force des petites entreprises. Bien sûr, les goûts évoluent, les styles également. Nous nous inscrivons donc nous aussi, bien évidemment, dans la modernité.



Planches à dessin de la collection Fibula



Collection Moucharabieh



Il y a 20 ans par exemple, nous vendions encore beaucoup de ceintures tout en or. Aujourd'hui, cette demande a considérablement diminué. De même, il y a encore une dizaine d'années nous vendions principalement des pendants d'oreille de cérémonies, aujourd'hui, l'essentiel de la demande se porte sur des produits joailliers faciles à porter au quotidien; nous ne vendons pas non plus autant de plus petits bijoux, plus abordables, comme nous le faisons aujourd'hui. Si l'on analyse la tendance de fond, nous sommes passés de l'usage de pièces de joaillerie pour des occasions particulières à des bijoux pour tous les jours. Voilà la grande évolution. Face à l'omniprésence de la haute joaillerie hier, le travail de la bijouterie a explosé de manière significative. Et nous nous adaptons, c'est le cours même du fil de l'histoire. Des modes apparaissent d'autres tombent en désuétude. L'essentiel est d'être capable de s'adapter ou d'anticiper la demande. Nous avons aussi amorcé un immense travail de communication, notamment sur le digital, capable de parler à notre clientèle toujours plus grande et plus jeune aussi.

Les aspirations de nos clients ont changées : on ne rentre plus dans une boutique Azuelos uniquement pour célébrer un événement particulier mais aussi pour se faire plaisir. C'est une nouvelle donnée fondamentale. De même, la demande d'exclusivité s'est modifiée. Le simple fait de porter un bijou à symbolique marocaine comme

les nôtres permet à une femme de se distinguer ; notamment lorsqu'elle voyage à l'étranger et qu'elle est invitée à une soirée ou un vernissage à Londres ou à New York. Parce qu'il est le fruit d'une identité forte, d'un style créatif inspiré de l'artisanat marocain, un bijou Azuelos est intrinsèquement porteur de signes distinctifs et donc d'exclusivité.

La façon de communiquer elle aussi a évolué. Nous avons conscience de l'importance des réseaux sociaux et notamment d'Instagram, un réseau sur lequel nous sommes très actifs et dont les contenus nous demandent beaucoup de travail. Aujourd'hui, nos campagnes sont pensées en amont pour une diffusion digitale. Nous avons d'ailleurs une personne qui nous assiste dans la création, la stratégie et la production de contenu. C'est une manière très différente de communiquer. La dimension éphémère des réseaux sociaux nous oblige à nous renouveler sans cesse. Nous avons une communauté assez importante et fidèle qui nous suit. On se doit de répondre à ses attentes.

Avec le contexte particulier dû à la pandémie qui nous frappe, nous supposons que les célébrations prévues pour cet événement ont du être bouleversées.

Évidemment, l'idée d'une grande célébration en présentiel est impossible. Mais cela ne veut pas dire que nous n'allons pas annoncer notre centenaire d'une autre façon. Nous vivons à l'heure digitale, et c'est donc avec des moyens 2.0 que nous entendons faire vivre ce temps fort à nos clients et notre communauté. Nous sommes extrêmement présents sur les réseaux sociaux, nous allons lancer notre newsletter, continuer de réaliser et diffuser des images et des contenus vidéos inspirants. Preuve s'il en fallait que la maison a su évoluer avec son temps.

Comment voyez-vous les années à venir?

L'évolution ne se fait pas à grands pas mais plutôt petit à petit. Nous allons continuer de coller à l'air du temps, de rendre plus accessibles certains de nos produits, de consolider notre ADN et de veiller à respecter cette même quête de qualité et de liberté dans la création. Côtés modèles, nous allons enrichir certaines de nos collections tout en continuant de développer le travail de motifs symboliques marocains puissants. Mais une chose est sûre, nous sommes et nous resterons toujours un joaillier marocain dont la signature est le bijou artisanal marocain contemporain. Comme nos bijoux, notre identité est porteuse d'histoire en perpétuelle évolution.

Azuelos à Casablanca

- 16 bis, boulevard Moulay-Youssef - 05 22 47 13 08
- Morocco Mall, 1, bd de l'Océan Atlantique - 05 22 79 68 43/45.

Azuelos à Rabat

8, rue du 16-Novembre - 05 37 67 55 01.
Megamall, Souissi - 05 37 75 01 95.



Dessins de la collection Moucharabieh



Dessins de la collection Asilah