

Marketing

Quatre sociétés suisses s'allient et lancent un tout nouveau label

Quatre jeunes entreprises vaudoises se sont réunies pour défendre leurs produits haut de gamme

Olivier Wurlod

JMC Lutherie SA, Carminis, Mémoire du Vin et Bustier & Co, les quatre entreprises se sont réunies sous un même label pour promouvoir de manière plus efficace leurs marques. L'idée est née en 2009 sur l'impulsion de Christian Minacci, directeur de l'OSEC Lausanne. Cette organisation romande est depuis quelques années le promoteur officiel de l'économie d'exportation suisse.

Malgré des produits aux profils très différents, allant d'un système de gestion d'une cave à des amplificateurs de son ou des bustiers, les fondateurs de Label Suisse Passion considèrent que leur société possède assez de valeurs communes pour se regrouper. La plus importante touche à leur marché, le haut de gamme, et leur souci d'un Swiss made à 90%.



Sylvie Gimmi, Antoine Lorotte, Céline Renaud et Gabriel Guex, fondateurs du Label Suisse Passion. VALDEMAR VERISSIMO

90%

Ce pourcentage représente la teneur Swiss made des produits que proposent les entreprises fondatrices du Label Suisse Passion

Les quatre fondateurs, Antoine Lorotte (Mémoire du Vin), Céline Renaud (JMC Lutherie SA), Gabriel Guex (Carminis) et Sylvie Gimmi (Bustier & Co) n'ont par contre pas encore fait d'estimation de budget pour promouvoir leur produit, mais supposent que leurs rassemblements et leur participation commune à certaines manifesta-

Débat

Des règles plus dures

Y a-t-il trop de labels en Suisse? Le label suisse est-il mal utilisé? Le débat est en cours sur ce terme servi à toutes les sauces, voir même à être victime d'abus. Le fait est que la marque Suisse a tendance à faire augmenter les ventes. Une étude de l'Université de Saint-Gall avait démontré que les clients sont prêts à déboursier 20% de plus pour obtenir des objets suisses et même 50% en plus pour des objets de luxe.

Le sujet est assez préoccupant pour que le Conseil fédéral y mette son grain de sel. En mars Eveline Widmer-Schlumpf avertissait: «Si sa confiance est déçue, le consommateur ne sera plus disposé à déboursier plus pour des produits helvétiques, et il se pourrait bien qu'il finisse par associer la marque suisse à des produits chers, sans plus-value.»

tions suisses ou étrangères aboutiront à certaines économies d'échelle. Un événement est d'ailleurs actuellement en préparation à Paris avec l'ambassade de Suisse.

Biver enthousiasmé

Hier matin, était présent à l'inauguration du label Jean-Claude Biver, le patron de la marque horlogère Hublot. Très enthousiaste pour ce genre d'initiatives, ce dernier a confirmé l'idée que «l'union crée la force et permet de lutter contre l'impérialisme américain ou la faiblesse économique européenne». Selon l'entrepreneur, l'union permet aussi de renforcer les valeurs suisses comme l'honnêteté, la fidélité ou l'esprit travailleur propre aux Suisses.

Candidats en attente

Si Hublot est trop grande pour faire partie de ce nouveau label, Jean-Claude Biver a par contre précisé qu'il était prêt à soutenir ce projet pour qu'il parvienne à atteindre ses objectifs.

Le Label Suisse Passion devrait prochainement accepter de nouveaux membres. Plusieurs candidats seraient actuellement en attente d'une réponse.

Nouveau label positionné luxe



SYLVIE GIMMI ET GABRIEL GUEX. Deux des quatre entrepreneurs-artisans qui ont lancé le Label Suisse Passion. Avec la participation et la crédibilité de l'expérimenté Jean-Claude Biver.

Pour les petites structures, et surtout pour celles actives dans le domaine du luxe, la vente est avant tout une affaire de proximité. Un constat partagé par quatre jeunes entreprises; Carminis, produisant un amplificateur haute-fidélité, Bustier & Co, et sa gamme de bustiers de haute couture, Mémoire du Vin, spécialisé dans la gestion de caves à vin et JMC Lutherie, qui produit des guitares et une enceinte acoustique en bois (Soundboard). Partant, tous se sont tournés vers l'OSEC pour tenter d'étendre leur marché à l'Europe et à l'Asie. Les similitudes du profil de leur clientèle cible saute aux yeux de l'organisation, qui décide de les mettre en contact. Deux ans plus tard naît de cette rencontre le Label Suisse Passion, qui se veut un représentant du swiss made haut de gamme et de l'artisanat de luxe. Sous cette image de marque commune, ces entreprises mélangeant tradition et innovation vont regrouper leurs efforts de représentation. Le label est ouvert à de nouveaux membres. A condition qu'ils véhiculent les mêmes valeurs. Lors de la présentation hier, ils ont reçu l'encouragement appuyé de l'expérimenté Jean-Claude Biver. Le CEO de Hublot a souligné l'importance de ce type d'initiative avant-gardiste qui défend les valeurs suisses. Et les a assurés de son précieux soutien dans leur développement futur. PAGE 5

Démarche commune dans l'artisanat de luxe

Quatre entreprises suisses romandes crée le Label Suisse Passion pour unir leurs forces de vente et de marketing. Ils défendent le swiss made haut de gamme.

GAËL LE CORRE-LALIBERTÉ

La qualité du son ne se décrit pas, elle s'écoute. Pour faire découvrir son amplificateur haute-fidélité, Carminis doit faire venir les clients potentiels dans son auditorium pour leur faire réaliser la différence de qualité du son. La même réalité se présente pour JMC Lutherie et son enceinte acoustique en bois (Soundboard). Quant aux clientes de Bustier & Co, elles devaient venir à l'atelier de Lausanne pour la confection d'un bustier sur-mesure. «Nos clients n'achètent pas seulement un produit. Ils achètent

une clientèle. Une clientèle qu'ils décrivent comme collectionneuse, esthète et épicurienne. Après deux ans de réflexions et de rencontres, ils ont créé une manière commune, le Label Suisse Passion. Et contrairement aux nombreux labels sur le marché, il ne s'agit pas d'une certification comme le précise Céline Renaud, fondatrice de JMC Lutherie. C'est plutôt la promotion d'une démarche d'entreprises similaires dans le même créneau de l'artisanat de luxe. En plus de mettre en commun leurs réseaux et clients, ils espèrent que cette combinaison de produits constituera un incitatif supplémentaire pour

attirer les clients lors de présentations et de soirées. Des réseaux qu'ils tissent en parallèle avec des démarches originales. Dans le cas de JMC Lutherie, la société vise autant le marché privé que professionnel, comme les hôtels, les restaurants et galeries d'art qui deviennent des ambassadeurs de la marque. Quant à Bustier & Co, elle vise des partenaires avec des boutiques où les clientes peuvent essayer six pièces et ensuite décider du motif par le biais de bornes tactiles qui font entrer virtuellement dans l'atelier. Et qui permet à sa fondatrice Sylvie Gimmi de créer des pièces uniques en sortant du sur-mesure. ■

Quatre sociétés suisses créent un nouveau label

Quatre jeunes sociétés se sont unies sous un même label pour défendre ensemble leurs produits

JMC Lutherie SA, Carminis, Mémoire du Vin et Bustier & Co: les quatre entreprises se sont réunies sous un même label pour promouvoir de manière plus efficace leurs marques. L'idée est née en 2009 sous impulsion de Christian Minacci, directeur de l'OSEC Lausanne. Cette organisation romande est depuis quelques années le promoteur officiel de l'économie d'exportation suisse.

Malgré des produits aux profils très différents, allant d'un système de gestion d'une cave à des amplificateurs de son ou des bustiers, les fondateurs de Label Suisse Passion considèrent que leur société possède assez de valeurs communes pour se regrouper. La plus importante touche à leur marché, le haut de gamme, et leur souci d'un Swiss made à 90%.

Une préoccupation qui n'est pas partagée par tous et qui pose d'ailleurs plusieurs problèmes touchant au nombre de labels existants et à leurs utilisations. Le débat est en cours sur ce terme qui a tendance à être servi à toutes les sau-



De gauche à droite: Sylvie Gimmi, Antoine Lorote, Céline Renaud et Gabriel Guex. VALDEMAR VERISSIMO

«L'union crée la force et permet de lutter contre l'impérialisme américain»

Jean-Claude Biver
Patron de la marque horlogère Hublot

ces, voire même à être victime d'abus. Le fait est que la marque «Suisse» a cette forte tendance à faire évoluer les ventes vers le haut. Une étude de l'Université de Saint-Gall avait démontré, au mois de mars 2010, que les clients sont prêts à déboursier 20% de plus pour obtenir des objets suisses et même 50% en plus pour des objets de luxe.

Peu impliqués dans ce débat, étant donné leur taux de Swiss made, les quatre fondateurs, Antoine Lorotte (Mémoire du Vin), Céline Renaud (JMC Lutherie SA), Gabriel Guex (Carminis) et Sylvie

Gimmi (Bustier & Co), n'ont pas encore fait d'estimation de budget pour promouvoir leurs produits mais supposent que leur rassemblement et leur participation commune à certaines manifestations suisses ou étrangères aboutiront à certaines économies d'échelle.

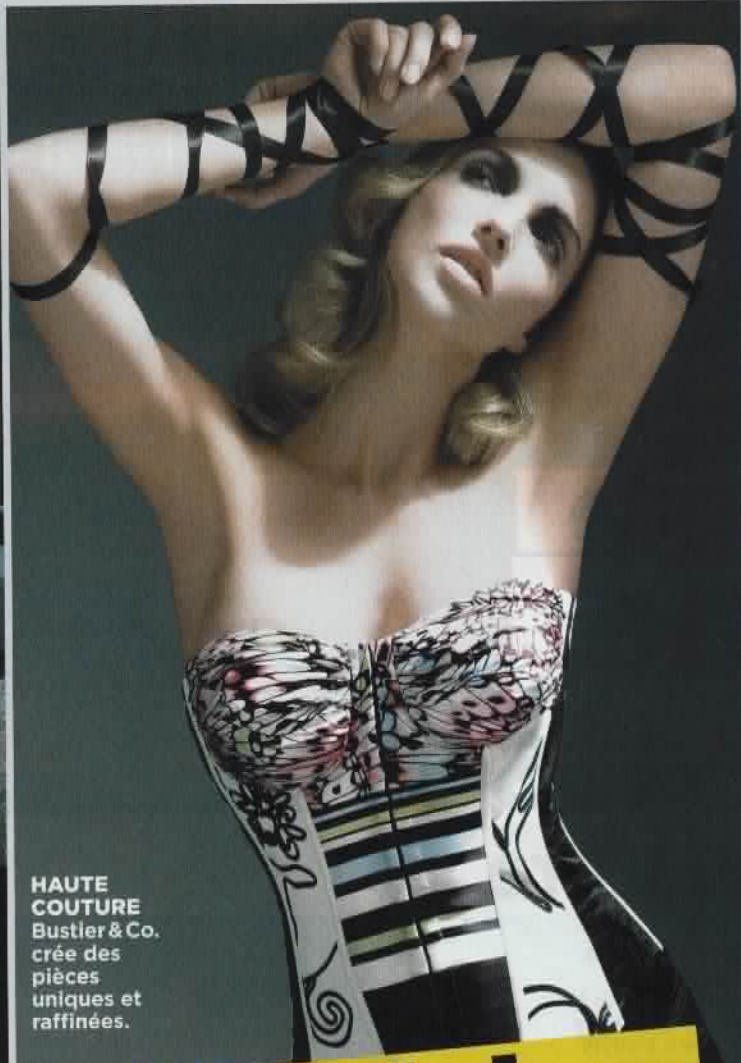
Hier matin était présent à l'inauguration du label Jean-Claude Biver, le patron de la marque horlogère Hublot. Très enthousiaste par ce genre d'initiative, ce dernier a confirmé l'idée que «l'union crée la force et permet de lutter contre l'impérialisme américain ou la faiblesse économique européenne». Selon l'entrepreneur, l'union permet aussi de renforcer les valeurs suisses comme l'honnêteté, la fidélité ou l'esprit travailleur.

Si Hublot est trop grande pour faire partie de ce nouveau label, Jean-Claude Biver a par contre précisé qu'il était prêt à soutenir ce projet pour qu'il parvienne à atteindre ses objectifs. Une aide qui pourrait être aussi bien financière que matérielle.

Au nombre de quatre actuellement, le Label Suisse Passion devrait prochainement accepter de nouveaux membres. Des candidats seraient effectivement en attente d'une réponse. **Olivier Wurlod**



ACOUSTIQUE L'enceinte acoustique en bois de Jeanmichel Capt, de JMC Lutherie, un chef-d'œuvre artisanal et technologique.



HAUTE COUTURE Bustier & Co. crée des pièces uniques et raffinées.

Label remarquable

Ils ont créé des produits exceptionnels et veulent le faire savoir en fondant le **LABEL SUISSE PASSION**, qui reconnaît l'excellence, l'exigence et l'authenticité.

TEXTE ÉLISABETH KOBI

Quel point commun entre un bustier, un haut-parleur, un système de gestion de cave à vin et un appareil hi-fi? Un très haut niveau de qualité, l'amour de la belle ouvrage, une fabrication suisse. Mais aussi un même souci de perfection

partagé par les créateurs, qu'ils travaillent des tissus, du bois ou des composants électroniques. En fondant le Label Suisse Passion, soutenu par le canton de Vaud et l'Office suisse d'expansion commerciale, de jeunes entrepreneurs vaudois ont l'ambition de défendre ces valeurs d'exception et d'entraî-

ner d'autres marques dans leur sillage. Bustier & Co. (haute couture), JMC Lutherie (haut-parleur Soundboard), Mémoire du Vin (gestion de cave), Carminis (appareils hi-fi) sont les premiers à en bénéficier. Leur ambition: porter haut et loin un savoir-faire rare et précieux développé en Suisse. ■

SOMMAIRE

- 70 ÉVASION**
Thalassos de charme à Saint-Jean-de-Luz
- 72 MODE**
On joue à la dame habillée en camel
- 74 BEAUTÉ**
Découvrez les poissons pédicures
- 76 DÉTENTE**
Vertus et bienfaits du shirodhara
- 78 SANTÉ**
Cancer du sein: un site internet pour en parler
- 80 CUISINE**
La recette des lecteurs: gratin chic & mix
- 82 RESTO**
L'adresse GaultMillau de la semaine
- 86 MAISON**
Jeux de LED dans la salle de bain
- 89 HIGH-TECH**
Quatre netbooks au banc d'essai
- 90 ANIMAUX**
Les chiens s'offrent une balnéothérapie
- 93 PLANÈTE**
Le Soleil nous en fait voir de toutes les couleurs
- 94 CULTURE**
Lausanne accueille le festival JazzOnze+
- 97 DOSSIER**
Auto: en Aston Martin avec Babette Keller
- 102 TV**
La sélection des temps forts et les programmes
- 111 JEUX**
- 113 HOROSCOPE**