

La marque Jael a des ailes veut mieux se déployer

Pour élargir sa clientèle, la griffe ne veut plus se limiter au seul circuit des boutiques écologiques et va diversifier sa diffusion.

JAEL A DES AILES passe à la vitesse supérieure. La jeune marque éthique, qui s'est fait connaître par ses participations suivies à l'espace *So Ethic* du Salon Prêt à porter Paris, vient de recruter un responsable commercial qui a pour objectif de doubler le chiffre d'affaires cette année. Créé en 2006 par Johanna Richard, ex-costumière de l'Opéra Bastille, *Jael a des ailes* propose deux collections par an d'une vingtaine de modèles réalisés exclusivement en France, dans le Maine-et-Loire. La jeune femme travaille uniquement le lin, le chanvre et le coton bio labellisé Skall. «*J'habille une femme urbaine qui recherche des produits à la fois féminins et confortables*, explique Johanna Richard. *Mes modèles pourraient très bien s'insérer dans des collections dites classiques et pas forcément éthiques.*»

L'hiver, pour ne pas déroger à ses règles éthiques, *Jael a des ailes* propose des manteaux en lin doublés de laine. L'été, le lin se fait plus léger et s'associe à des voiles de coton. La marque privilégie les teintes naturelles comme l'écrû et le beige et les éco-teintures pour les coloris plus vifs. Soucieuse des finitions, Johanna Richard borde la plupart de ses modèles de biais de soie. Quant au positionnement prix, il se situe dans le milieu de gamme. La créatrice travaille déjà à la mise au point d'une mini-ligne pour les petites filles et au développement d'une offre d'accessoires composée de sacs, de ceintures et de bijoux, toujours «made in France».

Diffusé jusqu'à présent essentiellement dans les boutiques éthiques et écologiques en France, en Belgique, aux Pays-Bas, en Grande-Bretagne et à travers des sites Internet spécialisés comme *Nus dans les chanvres* ou *Rue de la nature*, *Jael a des ailes* vise dés-

ormais les détaillants multimarques. «*C'est tout l'enjeu des marques éthiques*, explique Johanna Richard. *Séduire par son style tout en ayant une approche en accord avec son éthique. Si vous mettez en avant l'aspect écologique de la marque, les détaillants classiques ont plutôt tendance à vous écarter. Pour élargir sa visibilité, il faut donc, dans un premier temps, s'imposer par le style et taire les aspects éthiques de la marque.*» *Jael a des ailes*, dès septembre 2009, lancera également son propre site Internet de vente en ligne.

AGNÈS LEGOEUL ●

MODÈLE JAE A DES AILES.

Diffusée jusqu'ici dans des circuits confidentiels et sur Internet, la marque vise à présent les multimarques. David Plouffe

