

Lucky one

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Le succès de la joaillerie digitale

JUILLET 2020, PARIS

La marque LUCKY ONE BIJOUX fait partie du mouvement de la néo-joaillerie représenté par de jeunes start-ups désireuses de faire évoluer ce secteur traditionnel grâce aux innovations technologiques actuelles telles que la réalité augmentée et le m-commerce.



Hugo Acket, fondateur de LUCKY ONE, invité du Hub Talk sur les nouvelles tendances du luxe

Chiffres clés en 2020 :

- Marché en valeur : **250 milliards d'€**
- Croissance du marché annuel : **5 à 6%**
- Croissance des ventes en ligne : **+26%**
- Croissance des ventes en magasins : **-31%**
- Croissance de LUCKY ONE : **+200%**

Histoire

Entreprise familiale fondée par Hugo Acket et Patricia France en 2019, la marque surfe sur les nouvelles tendances du luxe pour conquérir la génération Z :

Digitalisation / Personnalisation / Expérience client / Luxe responsable / Branding

Le premier bureau de Lucky One s'est ouvert à Paris sur les Champs-Élysées en Février 2019, devenant par la suite, le siège social de la société Lucky One SAS.

Malgré une situation économique ralentie, la marque connaît une croissance de 200% grâce à son modèle économique 100% digital. Autofinancée, la société Lucky One prévoit une première levée de fond en 2021 pour accélérer son développement.

Grâce à cette croissance, la marque LUCKY ONE a pu apporter son soutien financier à l'opération TOUS UNIS CONTRE LE VIRUS (Fondation de France, Institut Pasteur, Hôpitaux de Paris) en reversant 10% de ses ventes.

Evolution et nouvelles tendances du secteur du luxe

La joaillerie, marché le moins mature du secteur du luxe connaît aujourd'hui une série d'évolutions structurelles sans précédentes.



• La digitalisation :

Les consommateurs du luxe sont de plus en plus connectés. Le e-commerce, le m-commerce mais également le digital influencent chacun de leur achat.

Concernant le secteur de la bijouterie/joaillerie, les ventes en ligne ont progressé de +26% entre Janvier et Juin 2020 alors que les ventes en magasins et centre commerciaux ont chuté respectivement de -31% et -28% sur la même période (Source : Francéclat, voir rapport en annexe). Cela s'explique par le fait que les achats de produits de luxe sont influencés par internet et par les technologies numériques, tels que la réalité virtuelle ou le paiement mobile. En effet, grâce à cette digitalisation, les nouveaux consommateurs peuvent rechercher davantage de nouveautés et produits innovants.

Afin de s'adapter au mieux à cette nouvelle tendance, la marque Lucky One développe une application en réalité augmentée afin d'offrir à ses clients une expérience shopping 3D unique. Ainsi, à l'aide d'un smartphone, cette application permet d'essayer un bijou en 3D et de le personnaliser directement.

• La personnalisation

La personnalisation du produit est devenue l'arme secrète de toutes les entreprises de l'industrie du luxe. Aujourd'hui, les consommateurs, et notamment les Millenials, réclament des produits uniques, customisés, réalisés spécialement pour eux sur-mesure. Ce processus de co-création avec le client permet de séduire et de conquérir cette nouvelle cible.

C'est d'ailleurs pourquoi la marque Lucky One Bijoux s'est positionnée comme étant une marque de joaillerie 100% digitale. Elle offre la possibilité à ses clients de personnaliser chaque bijou en fonction de leurs goûts et envies. Grâce à ce système, les clients sont totalement satisfaits puisqu'ils sont impliqués dans la démarche créative du bijou.



Topaze
Bleuc Suisse





- **Le luxe expérientiel :**

Les plus jeunes générations recherchent des expériences client singulières pour leurs achats de produits et services de luxe ; que cela soit dans les magasins ou sur les sites web. Le produit n'est plus aussi central qu'auparavant, l'expérience client devient essentielle pour justifier le prix. Cette nouvelle tendance est une véritable opportunité pour les marques afin de créer une relation durable avec ses clients.

Aujourd'hui, il est possible d'exploiter la technologie afin de proposer aux clients de véritables innovations, comme par exemple, la réalité augmentée. Cela permet à la fois d'offrir une expérience client unique et de répondre aux évolutions du marché.

Ainsi, LUCKY ONE développe une application en réalité augmentée, proposant au consommateur une expérience immersive de co-création où le client est au centre du processus créatif en personnalisant son bijou. Grâce à cette application, le client peut choisir la couleur de l'or et de la pierre. Une fois le modèle configuré sur son écran, il a la possibilité de le visualiser en réalité augmentée et en taille réelle en utilisant son smartphone.

- **Le luxe responsable :**

Une autre tendance du secteur du luxe qui commence clairement à émerger est celle de la consommation responsable. Les consommateurs sont de plus en plus avertis et souhaitent donc se tourner vers les marques qui favorisent le développement durable. En effet, 60% des consommateurs du luxe favorisent les marques engagées.

C'est d'ailleurs pourquoi les bijoux de la marque LUCKY ONE sont fabriqués à la commande. Cela signifie que le passage d'une commande déclenche l'achat des matières premières et des pierres précieuses nécessaires à la fabrication du bijou. Grâce à ce procédé, la marque évite un surplus de stock et tout gaspillage lié à des invendus et au système de soldes.

- **Le branding :**

La vente de bijoux de marque représente seulement 20% du marché global. Aujourd'hui, la majorité des bijoux vendus sont sans marque mais cette tendance est en train d'évoluer.

En effet, comme dans beaucoup de secteurs d'activité, on voit une forte augmentation des ventes de produits de marque. Cela est notamment lié aux nouvelles générations qui éprouvent un intérêt certain pour la reconnaissance, la tendance et le luxe. Le fait de posséder un produit de marque est valorisant et permet aux nouvelles générations de s'affirmer.

CONTACT PRESSE

LUCKYONEBIJOUX.COM

Marine Thiebault

06 13 25 61 54 / press@luckyonebijoux.com

Siège social: 66, av. des Champs-Élysées

[Lien vers la médiathèque Lucky One \(Logo, photos..\)](#)