

Comité
FRANCÉCLAT

2013

CHIFFRES CLÉS

HORLOGERIE-BIJOUTERIE-JOAILLERIE

DOSSIER DE PRESSE
FÉVRIER 2014

© Reproduction interdite à des fins commerciales sauf accord exprès du Comité Francéclat. Pour toute utilisation des chiffres publiés dans ce dossier, la source « Comité Francéclat » doit être citée.

2013

HORLOGERIE-BIJOUTERIE-JOAILLERIE

Après 3 années de progression (+ 21 %), la production française d'horlogerie et de bijouterie a marqué le pas en 2013 (- 7 %). Par contre, les exportations ont poursuivi leur croissance (+ 8 %), à un rythme supérieur à celui des importations (+ 5 %).

La conjoncture économique difficile n'a pas épargné le marché français de l'horlogerie-bijouterie qui, à 5,1 milliards d'euros, a enregistré une baisse de 4 % en 2013. La courbe des ventes de montres et de bijoux reflète une fois encore l'évolution du moral des français.

Cette atonie des ventes n'est pas forcément révélatrice des mutations du marché.

Les bijoux en or 750 millièmes conservent leur leadership en valeur (75 % des ventes de bijoux or) tandis que les bijoux en or 375 millièmes ont conquis la première place en volume, essentiellement portés par les bijouteries implantées en centre commercial.

Les variations du cours de l'or compliquent l'analyse : en effet, après une forte augmentation ces dernières années, la courbe s'est inversée en 2013 avec une baisse de 18 %.

Côté horlogerie, les montres à moins de 100 € ont particulièrement décroché (- 8 %). Les ventes de modèles à plus de 3 000 € restent stables. Seul le segment des montres de 1 000 à 3 000 € a connu une évolution positive.

Certains produits de niche ont bénéficié d'un engouement des consommateurs, qu'il s'agisse des "beads" et autres bijoux personnalisables ou encore du métal "rose" (or, plaqué or, acier PVD...) tant pour les bijoux que pour les montres, y compris pour hommes.



Le Comité Francéclat est le comité professionnel de développement économique au service des secteurs de l'horlogerie, de la bijouterie, de la joaillerie, de l'orfèvrerie et des arts de la table. Il mène des actions dans les domaines suivants : création, développement technique, études statistiques et économiques, promotion sur le marché français et soutien au développement international.

2013

CHIFFRES CLÉS

HORLOGERIE-BIJOUTERIE-JOAILLERIE

LA PRODUCTION

→ **2 milliards d'euros HT de chiffre d'affaires**

Évolution 2013/2012 : - 7 %

(Source : Comité Francéclat - INSEE / Estimations)

LES EXPORTATIONS ET RÉEXPORTATIONS

→ **5,4 milliards d'euros HT**

Évolution 2013/2012 : + 8 %

(Source : Statistiques des Douanes Françaises - GTIS / Estimations)

LES IMPORTATIONS

→ **6,2 milliards d'euros HT**

Évolution 2013/2012 : + 5 %

(Source : Statistiques des Douanes Françaises - GTIS / Estimations)

LES VENTES EN FRANCE

→ **5,1 milliards d'euros TTC**

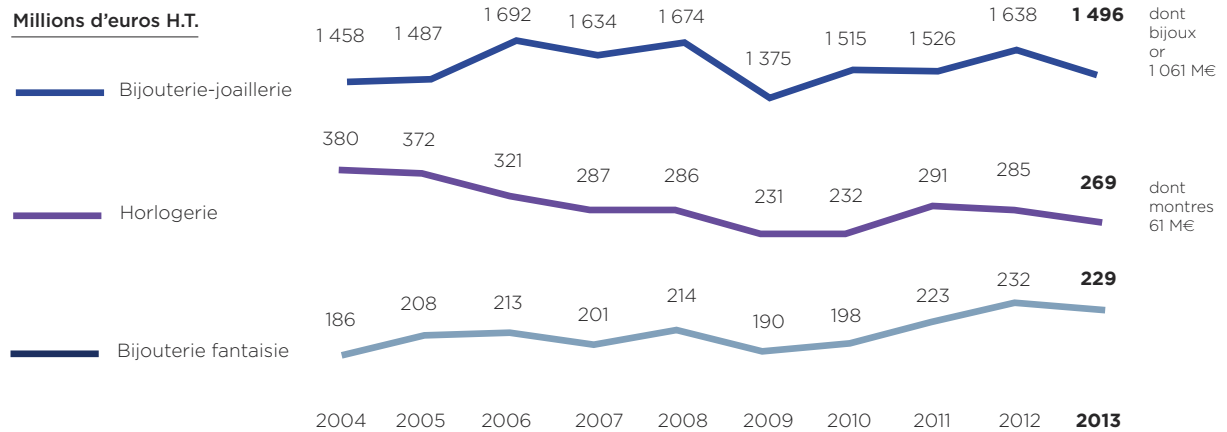
Évolution 2013/2012 : - 4 %

(Source : Comité Francéclat / Société 5 - GfK)

LA PRODUCTION

(Source : Comité Francéclat - INSEE / Estimations)

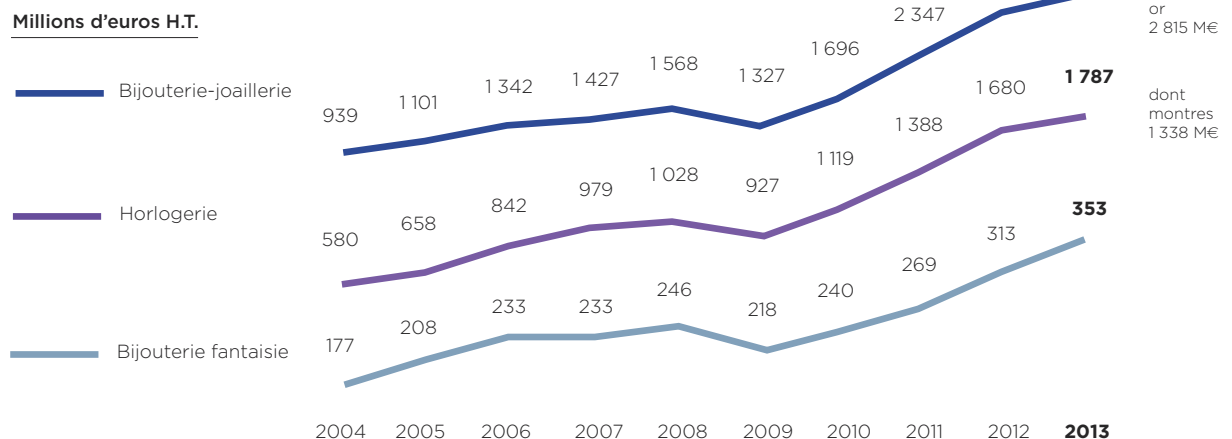
→ 2 milliards d'euros HT en 2013 (estimation)



LES EXPORTATIONS ET RÉEXPORTATIONS

(Source : Statistiques des Douanes Françaises - GTIS / Estimations)

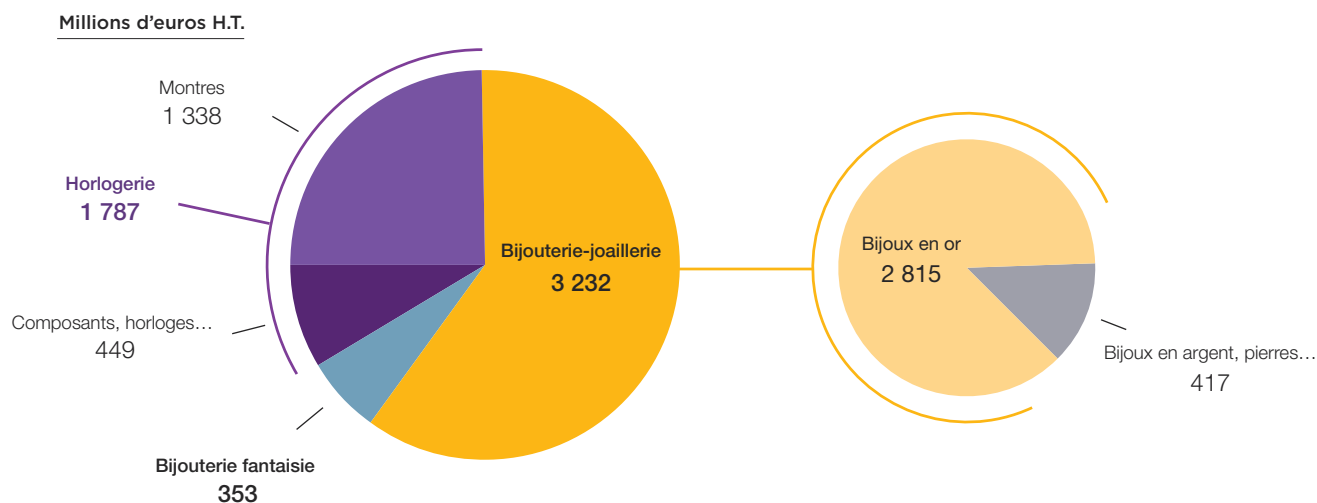
→ 5,4 milliards d'euros HT en 2013 (estimation)



En 2013, nos exportations et réexportations de montres ont été principalement destinées aux pays de l'Union Européenne. Nos premiers marchés sont l'Allemagne, l'Italie et le Royaume-Uni.

Pour les bijoux en or, la Suisse reste le premier pays client de la France mais il s'agit essentiellement de transit. Elle est suivie du Royaume-Uni et de l'Italie.

Répartition des exportations et réexportations en 2013

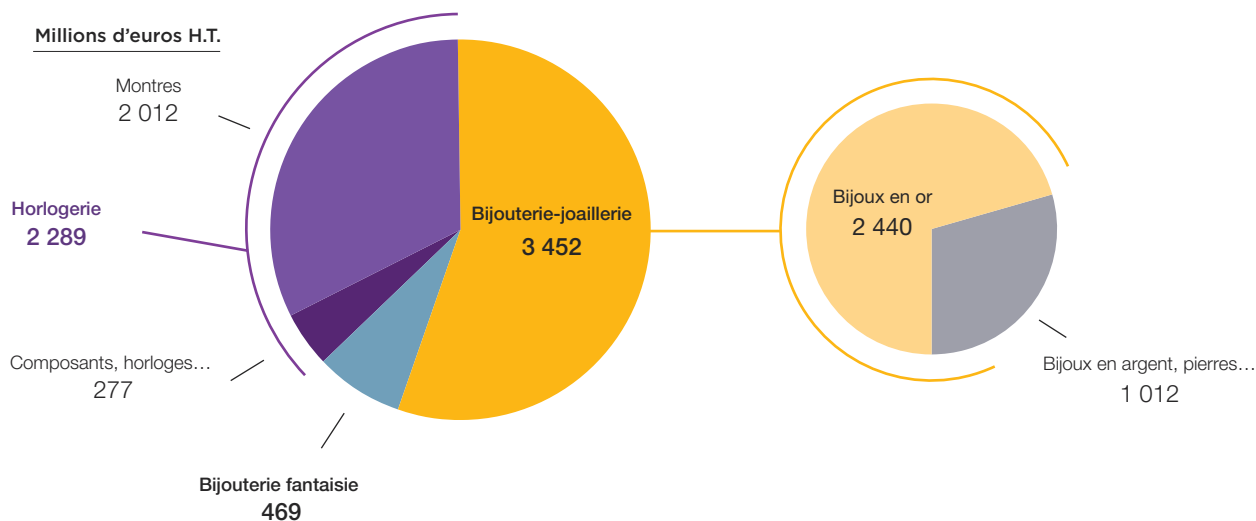


LES IMPORTATIONS

(Source : Statistiques des Douanes Françaises - GTIS / Estimations)

→ 6,2 milliards d'euros HT en 2013 (estimation)

Répartition des importations en 2013



La Suisse reste largement le premier fournisseur de montres de la France en valeur, devant la Chine, premier fournisseur en quantité.

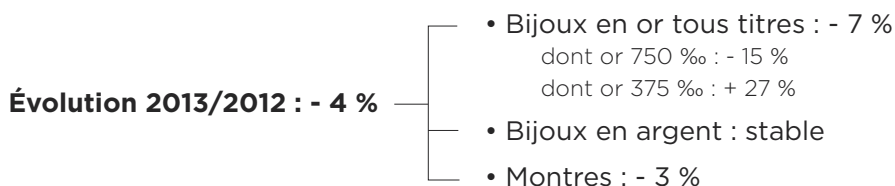
La Suisse (transit compris) est également notre principal fournisseur de bijoux en or, précédant l'Italie et le Royaume-Uni.

Pour l'ensemble du secteur horlogerie-bijouterie-joaillerie, le taux de couverture de nos importations par nos exportations, bien qu'encore déficitaire, a progressé de trois points en 2013 par rapport à 2012.

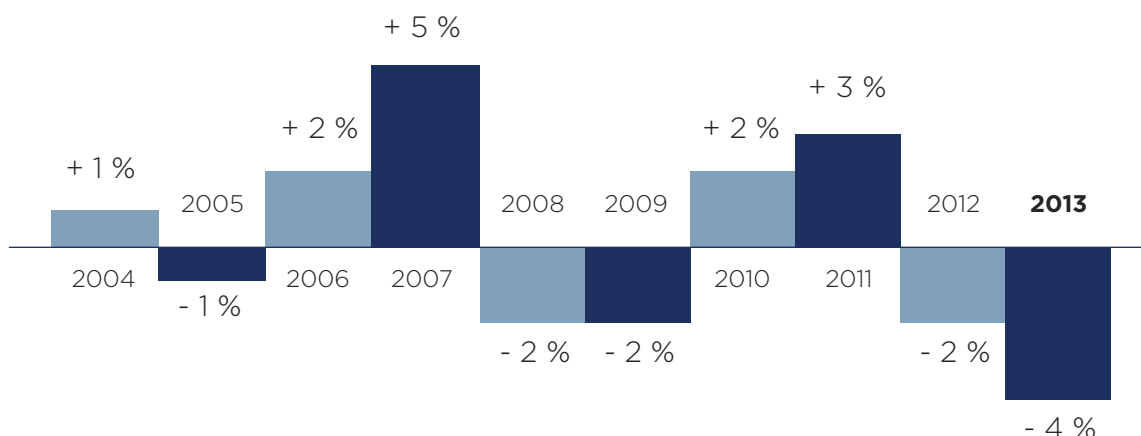
LE MARCHÉ FRANÇAIS DE L'HORLOGERIE-BIJOUTERIE EN 2013

(Source : Comité Francéclat / Société 5 - GfK)

→ 5,1 milliards d'euros en 2013



Évolution annuelle des ventes en valeur

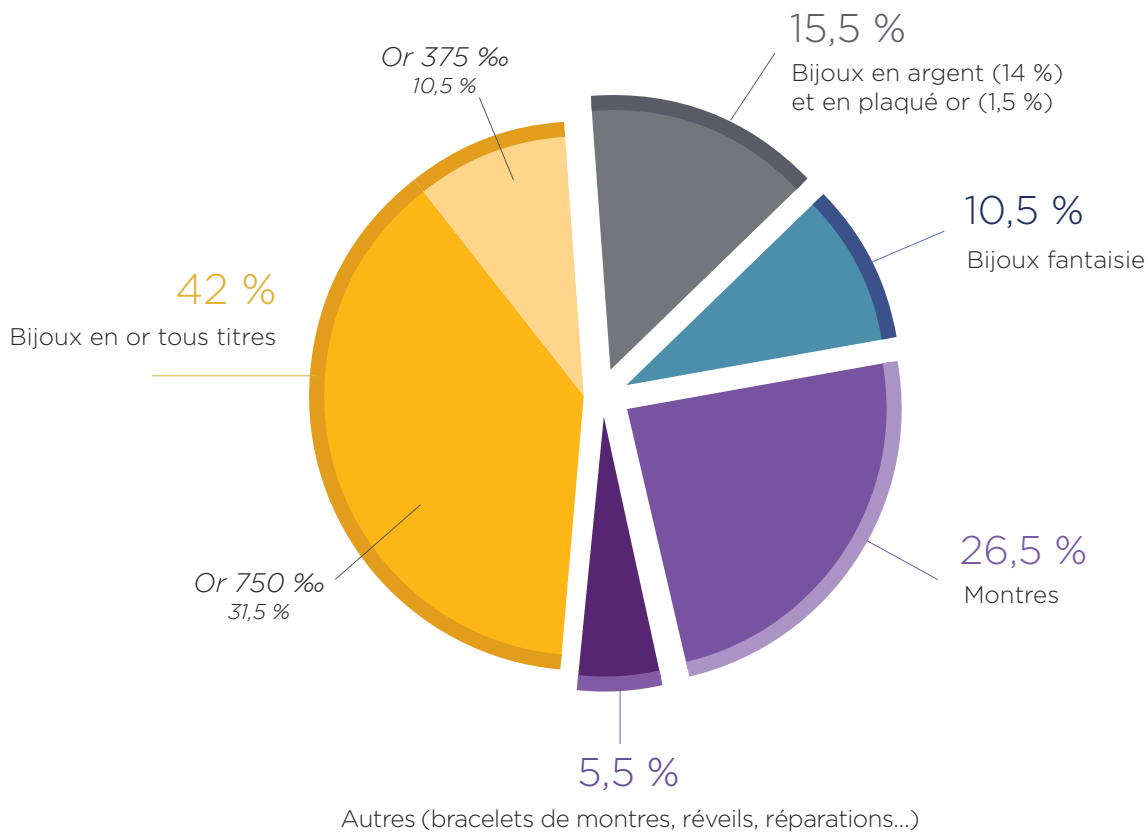


Évolution par circuits de distribution

	2013/2012
Total horlogerie-bijouterie	- 4 %
• Bijoutiers-horlogers en ville (y compris les grands magasins)	- 5 %
• Bijoutiers-horlogers en centre commercial	- 4 %
• Bijouteries fantaisie*	+ 6 %
• Grandes surfaces	- 10 %
• Autres circuits (vente à distance, artisans, boutiques de prêt-à-porter, DOM...)	- 2 %

* Y compris les bijoux fantaisie vendus dans les grands magasins

Répartition des ventes en valeur en 2013

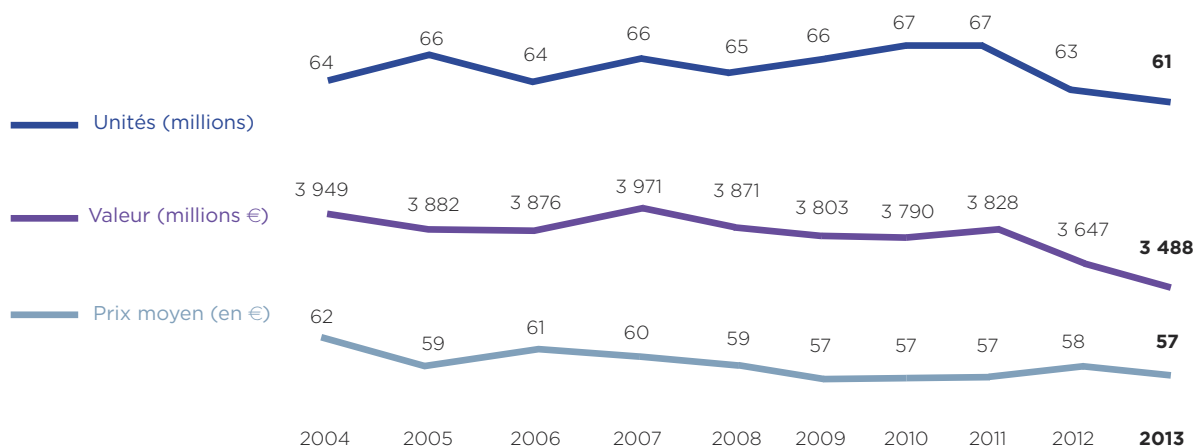


En milliards d'euros

• Bijoux en or tous titres	2,1
<i>dont or 750 ‰ : 1,6</i>	
<i>dont or 375 ‰ : 0,5</i>	
• Bijoux en argent et en plaqué or	0,8
<i>dont argent : 0,7</i>	
• Bijoux fantaisie	0,5
Bijouterie	3,4
Montres	1,4
Autres	0,3
HORLOGERIE-BIJOUTERIE	5,1

LE MARCHÉ FRANÇAIS DES BIJOUX EN 2013

→ 3,4 milliards d'euros en 2013



Structure des ventes

UNITÉS				VALEUR		
2011	2012	2013		2011	2012	2013
14,0 %	9,2 %	6,7 %	Bijoux en or 750 ‰	61,3 %	52,3 %	46,5 %
2,5 %	6,5 %	8,6 %	Bijoux en or 375 ‰	4,4 %	11,7 %	15,5 %
29,7 %	29,7 %	30,8 %	Bijoux en argent	18,5 %	19,6 %	20,5 %
4,2 %	3,4 %	2,9 %	Bijoux en plaqué or	2,5 %	2,2 %	2,1 %
49,6 %	51,2 %	51,0 %	Bijoux fantaisie	13,3 %	14,2 %	15,4 %
100 %	100 %	100 %	Total	100 %	100 %	100 %

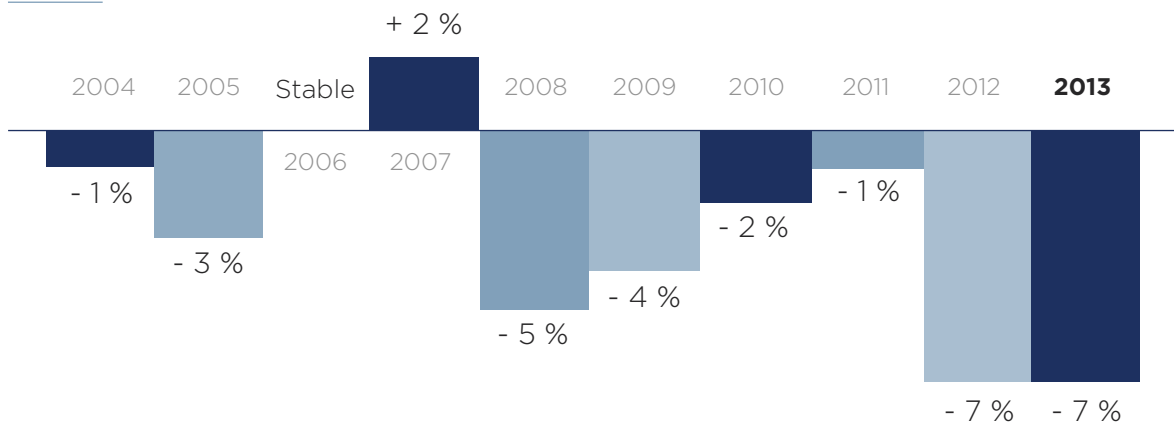
Prix moyen des bijoux précieux en 2013



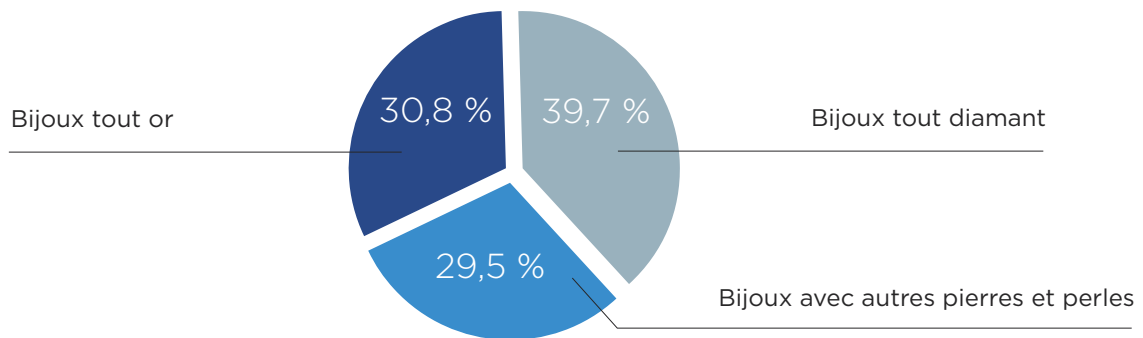
LE MARCHÉ FRANÇAIS DES BIJOUX EN OR TOUS TITRES EN 2013

→ 2,1 milliards d'euros en 2013

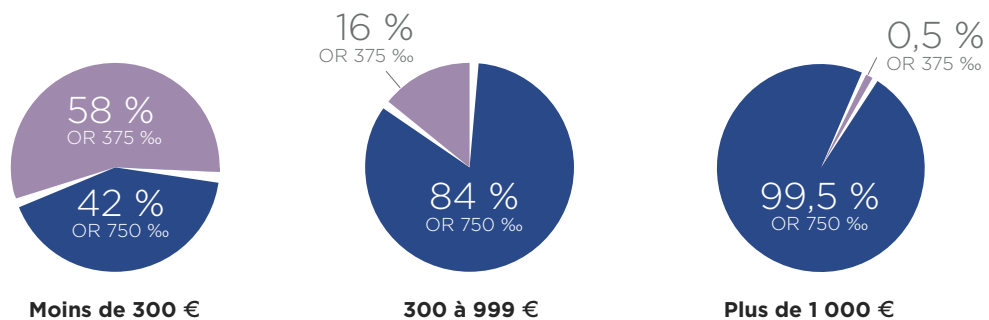
Évolution annuelle des ventes en valeur



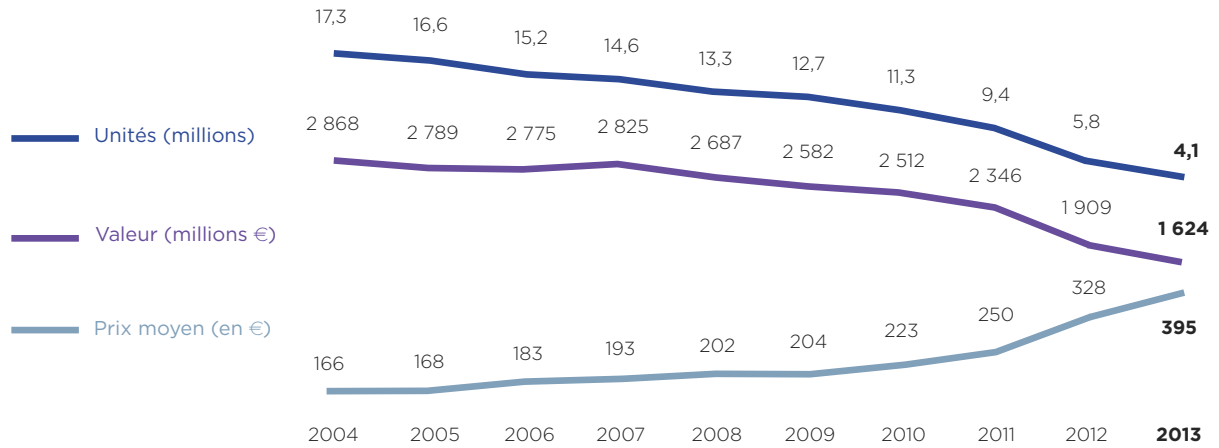
Répartition des ventes en valeur en 2013



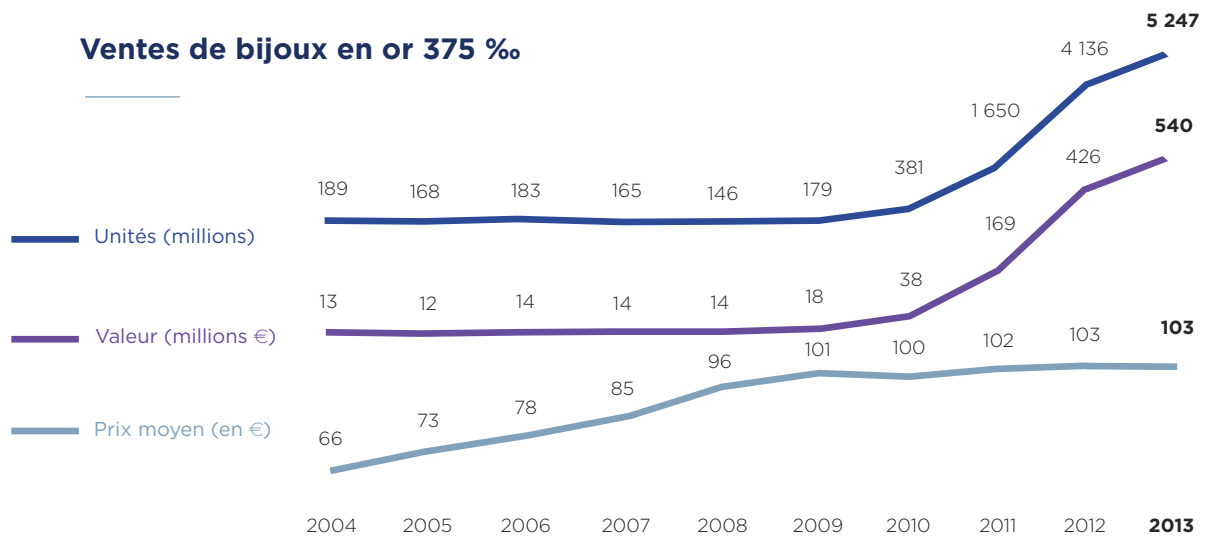
Structure des ventes en valeur par tranches de prix en 2013



Ventes de bijoux en or 750 ‰



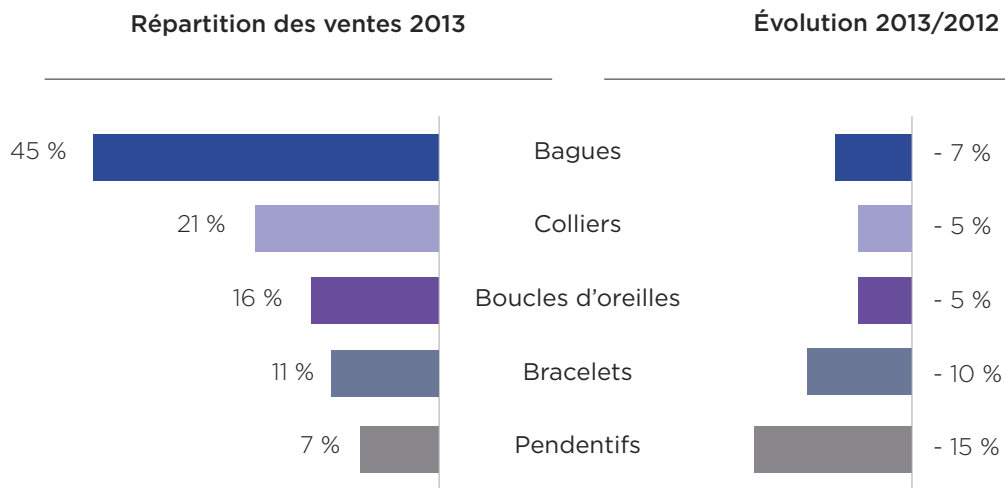
Ventes de bijoux en or 375 ‰



Structure des ventes par circuits de distribution

UNITÉS				VALEUR		
2011	2012	2013		2011	2012	2013
11 %	10 %	10 %	Bijouteries en ville CA < 300 000 €	10 %	10 %	9 %
10 %	9 %	10 %	Bijouteries en ville CA 300 - 750 000 €	11 %	9 %	10 %
12 %	11 %	11 %	Bijouteries en ville CA > 750 000 €	30 %	31 %	31 %
30 %	30 %	33 %	Bijouteries de centre commercial	19 %	19 %	19 %
26 %	27 %	24 %	Grandes surfaces	13 %	12 %	11 %
11 %	13 %	12 %	Autres (ventes à distance, artisans, ventes directes...)	17 %	19 %	20 %
100 %	100 %	100 %	Total	100 %	100 %	100 %

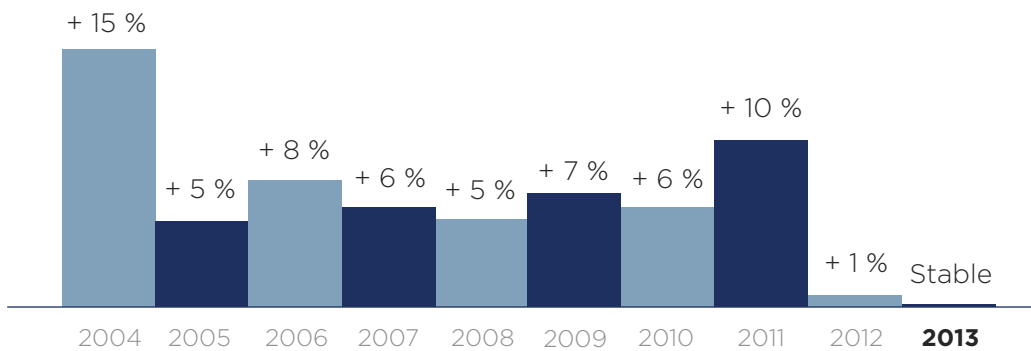
Répartition et évolution des ventes en valeur par principales familles de produits



LE MARCHÉ FRANÇAIS DES BIJOUX EN ARGENT EN 2013

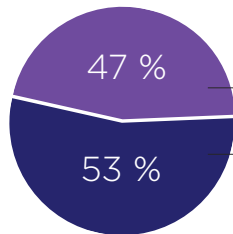
→ 0,7 milliard d'euros en 2013

Évolution des ventes en valeur



Répartition et évolution des ventes en valeur

Répartition des ventes 2013

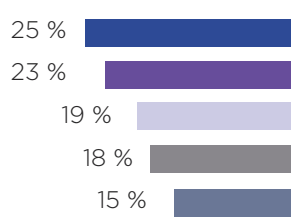


Bijoux tout argent
Bijoux en argent empiercé

Évolution 2013/2012

+ 3 %
- 2 %

Répartition des ventes 2013



Bagues
Colliers
Boucles d'oreilles
Pendentifs*
Bracelets

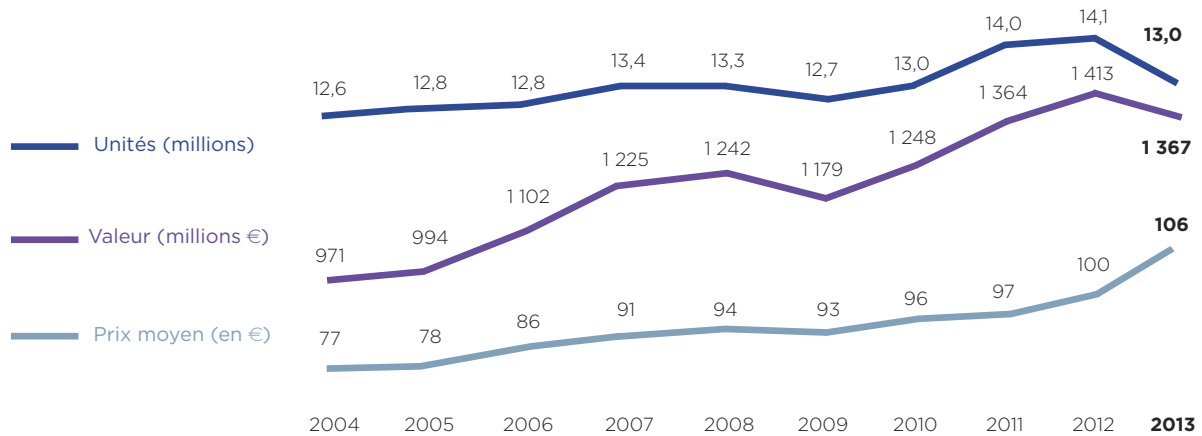
Évolution 2013/2012



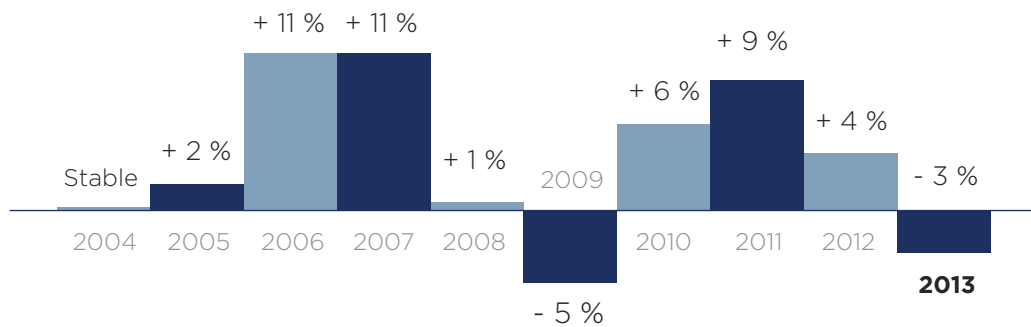
* dont charms et perles en argent à enfiler (beads)

LE MARCHÉ FRANÇAIS DES MONTRES EN 2013

→ 1,4 milliard d'euros en 2013



Évolution annuelle des ventes en valeur



Évolution des ventes en valeur par tranches de prix

	2011/2010	2012/2011	2013/2012
Plus de 3 000 €	+ 13 %	+ 17 %	Stable
1 000 à 2 999 €	- 6 %	- 16 %	+ 1 %
300 à 999 €	+ 10 %	+ 3 %	- 5 %
100 à 299 €	+ 10 %	+ 7 %	- 1 %
50 à 99 €	+ 16 %	+ 3 %	- 7 %
moins de 50 €	+ 6 %	- 6 %	- 10 %

Structure des ventes par tranches de prix

UNITÉS				VALEUR		
2011	2012	2013		2011	2012	2013
0,4 %	0,5 %	0,5 %	Plus de 3 000 €	25,7 %	29,0 %	29,9 %
0,6 %	0,5 %	0,5 %	De 1 000 à 2 999 €	10,8 %	8,8 %	9,2 %
2,0 %	2,0 %	2,0 %	De 300 à 999 €	10,3 %	9,7 %	9,5 %
13,2 %	14,4 %	15,2 %	De 100 à 299 €	21,5 %	22,2 %	22,7 %
23,1 %	23,2 %	23,6 %	De 50 à 99 €	17,2 %	17,1 %	16,5 %
60,7 %	59,4 %	58,2 %	Moins de 50 €	14,5 %	13,2 %	12,2 %
100 %	100 %	100 %	Total	100 %	100 %	100 %

Répartition et prix moyen des ventes par circuits de distribution en 2013



© Reproduction interdite à des fins commerciales sauf accord exprès du Comité Francéclat. Pour toute utilisation des chiffres publiés dans ce dossier, la source « Comité Francéclat » doit être citée.