

Comité
FRANCÉCLAT

2014

CHIFFRES CLÉS

HORLOGERIE-BIJOUTERIE-JOAILLERIE

CONTACTS PRESSE

Comité Francéclat

Contact : Yves Mahé

Tél : 01 53 77 29 00

E-mail : y.mahe@franceclat.fr

Bureau de presse : Douzal & Sauvage

22-24 Rue de Courcelles - 75008 Paris

Tél : 01 53 05 50 00

Contact : Victoria Ducluzeau

E-mail : vducluzeau@douzal.com

© 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.

2014

HORLOGERIE-BIJOUTERIE-JOAILLERIE

UNE ANNÉE DE CROISSANCE POUR LA PRODUCTION FRANÇAISE

Après avoir marqué le pas en 2013, la production française d'horlogerie-bijouterie a retrouvé le chemin de la croissance en 2014, avec une hausse de 1 %. Depuis 2009, c'est ainsi la 4^{ème} année de progression : + 14 % entre 2009 et 2014.

DE NOUVEAUX RECORDS POUR LE COMMERCE EXTÉRIEUR

Le développement des exportations et réexportations a connu une accélération en 2014 (+ 17 %) pour établir un nouveau record. Les importations n'ont pas progressé au même rythme (+ 8 %), ce qui améliore nettement notre taux de couverture.

UN MARCHÉ FRANÇAIS QUI RETROUVE UNE BELLE DYNAMIQUE EN FIN D'ANNÉE

L'année 2013 avait été difficile (- 4 %) et le 1^{er} semestre 2014 amplifiait même cette tendance (- 5 % par rapport au 1^{er} semestre 2013).

L'amélioration enregistrée au 2^{ème} semestre 2014 pour les ventes de montres et de bijoux est d'autant plus remarquable : + 3 % par rapport à la même période de 2013. Elle permet finalement d'effacer le recul par rapport à 2013 avec un marché de l'horlogerie-bijouterie pratiquement à l'équilibre en 2014 (- 1 % sur l'ensemble de l'année).

Cette amélioration ne profite pas à toutes les catégories de produits. Si les bijoux en or 750 ‰ consolident leur première place en valeur – portés par le succès des bijoux à plus de 1 000 € (+ 4 %) et des bijoux avec diamant et pierres précieuses (+ 4 %) – ceux en or 375 ‰ ont vu leur envolée stoppée. Après 4 ans de progression qui leur ont permis de conquérir la 1^{ère} place en volume sur le segment des bijoux en or, les ventes de bijoux en or 375 ‰ se sont en effet stabilisées sur l'année 2014, avec même un 2^{ème} semestre plus difficile, à rebours des autres produits du marché.

À la faveur du développement tant des ventes de bijoux empierés (+ 10 %) que des « beads », « charms » et pendentifs (+ 14 %), la part de marché des bijoux en argent s'améliore encore.

Enfin, le rebond de fin d'année a été particulièrement sensible pour l'horlogerie (+ 6 % pour le mois de décembre 2014). Cela compense une année globalement difficile. Comme pour la bijouterie, les ventes de montres en 2014 sont quasiment à l'équilibre (- 1 % par rapport à 2013). Seul le milieu de gamme (montres de 100 à 999 €) enregistre une progression sur l'année (+ 2 %).



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.

2014

CHIFFRES CLÉS

HORLOGERIE-BIJOUTERIE-JOAILLERIE

LA PRODUCTION

→ **2,1 milliards d'euros HT de chiffre d'affaires**

Évolution 2014/2013 : + 1 %

(Source : Comité Francéclat - INSEE / Estimations)

LES EXPORTATIONS ET RÉEXPORTATIONS

→ **6,4 milliards d'euros HT**

Évolution 2014/2013 : + 17 %

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

LES IMPORTATIONS

→ **6,9 milliards d'euros HT**

Évolution 2014/2013 : + 8 %

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

LES VENTES EN FRANCE

→ **5,1 milliards d'euros TTC**

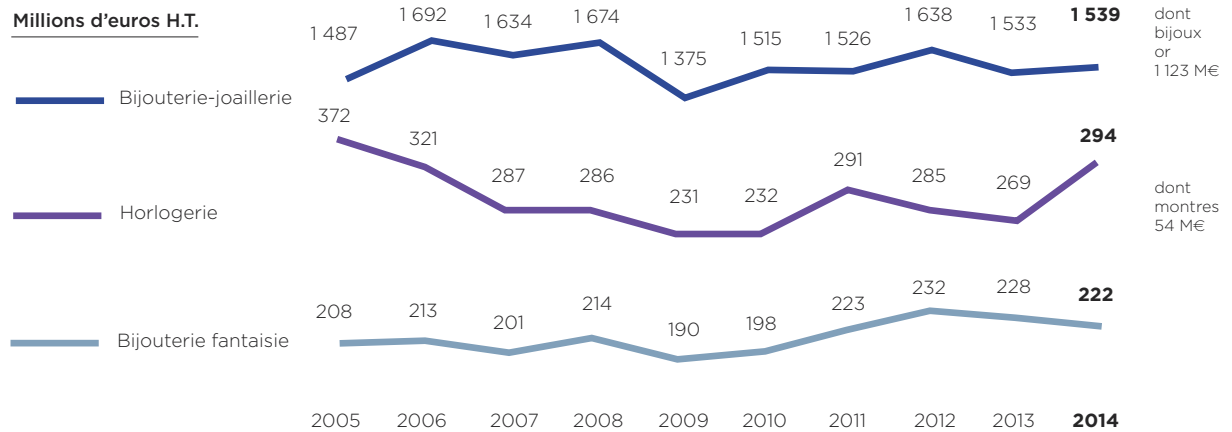
Évolution 2014/2013 : - 1 %

(Source : Comité Francéclat / Société 5)

LA PRODUCTION

(Source : Comité Francéclat - INSEE / Estimations)

→ 2,1 milliards d'euros HT en 2014 (estimation)

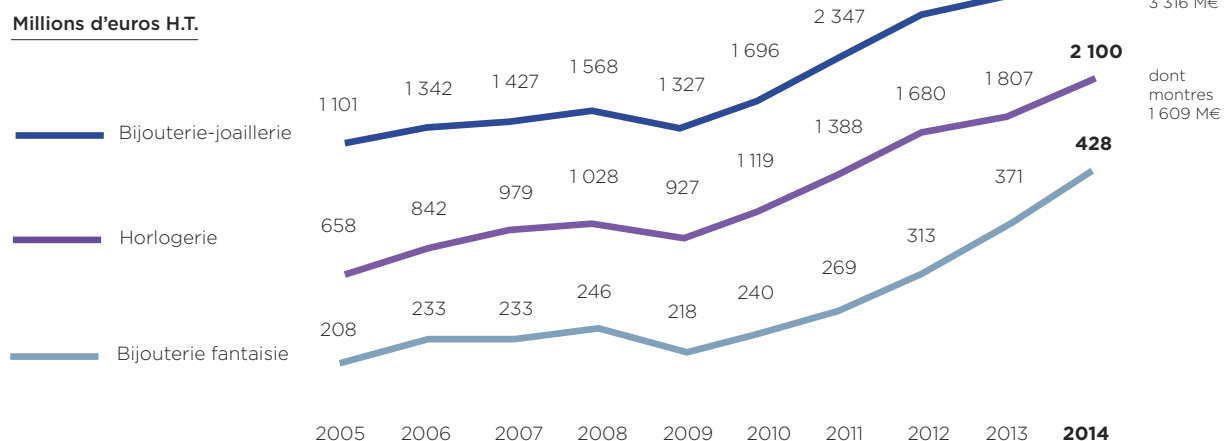


La croissance de la production française d'horlogerie-bijouterie (+ 1 %) est tirée par l'horlogerie (+ 9 %) et la bijouterie-joaillerie en or (+ 3 %).

LES EXPORTATIONS ET RÉEXPORTATIONS

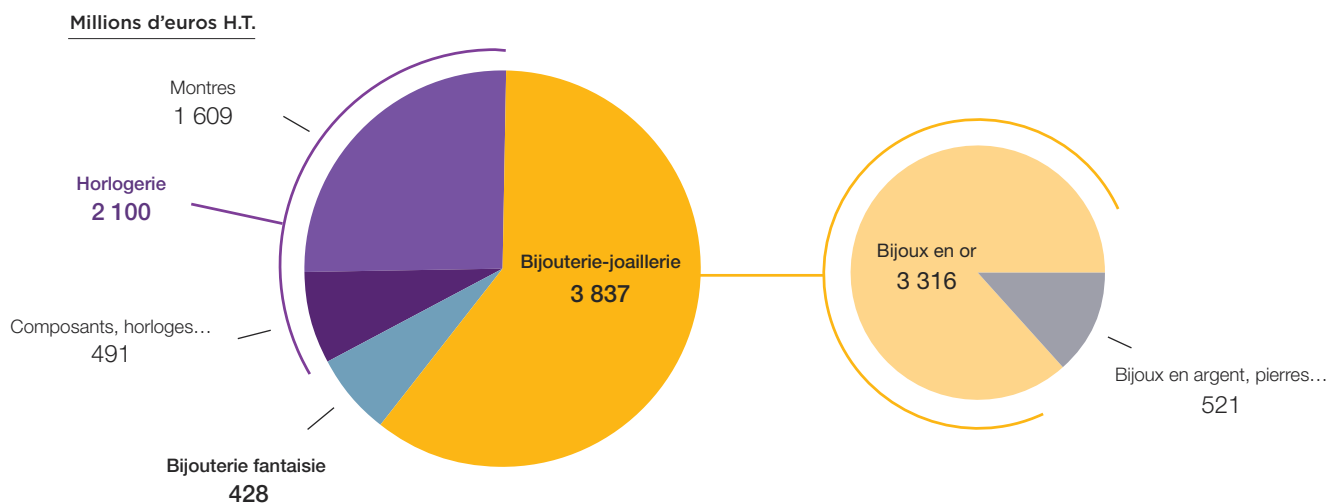
(Source : Statistiques des Douanes Françaises - GTIS / Estimations)

→ 6,4 milliards d'euros HT en 2014 (estimation)



En 2014, nos exportations et réexportations de montres ont été principalement destinées aux pays de l'Union Européenne. Nos premiers marchés sont l'Italie, le Royaume-Uni et l'Allemagne. 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 2014

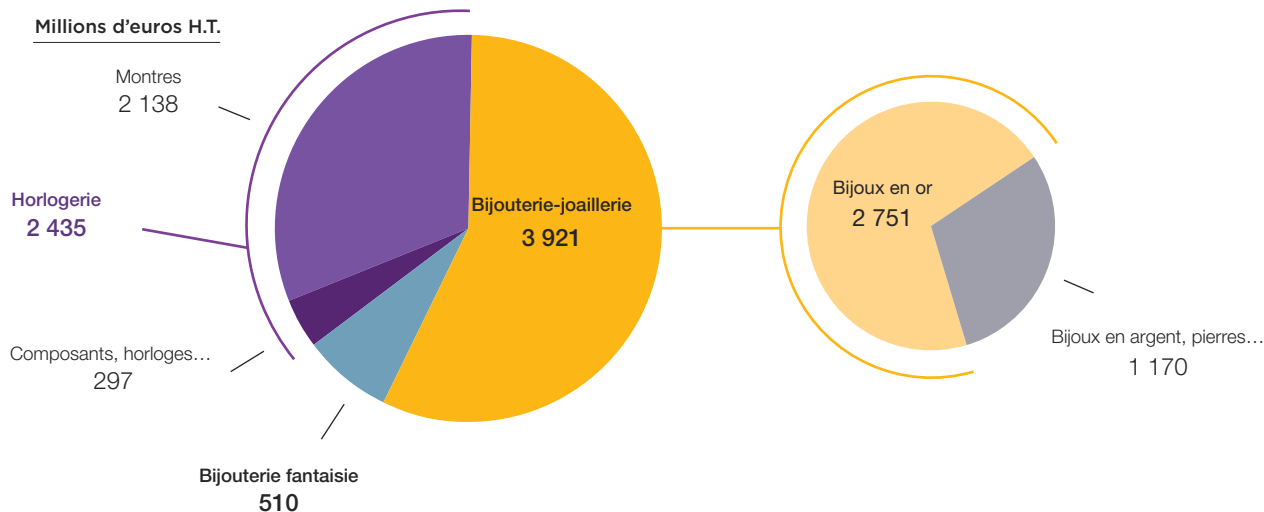


LES IMPORTATIONS

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

→ 6,9 milliards d'euros HT en 2014 (estimation)

Répartition des importations en 2014



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 le Royaume-Uni et l'Italie.

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 sept points en 2014 par rapport à 2013.

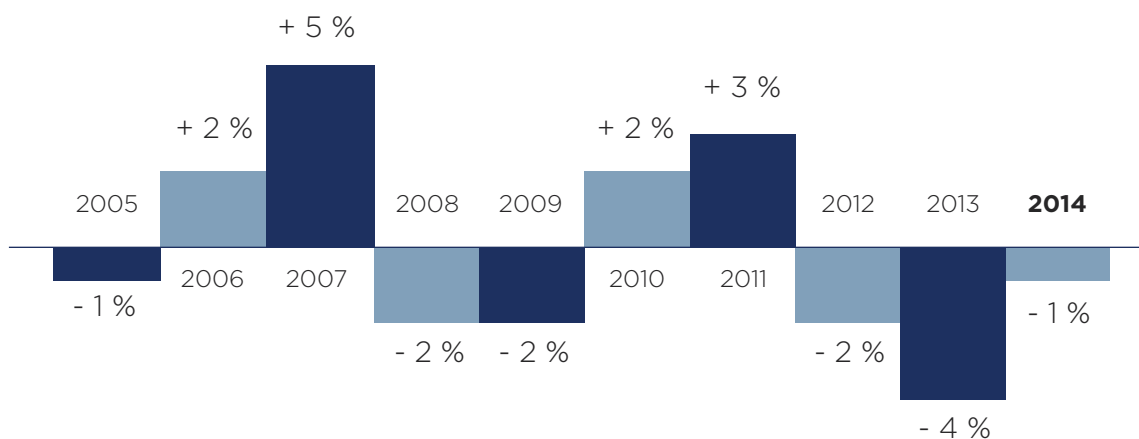
LE MARCHÉ FRANÇAIS DE L'HORLOGERIE-BIJOUTERIE EN 2014

(Source : Comité Francéclat / Société 5)

→ 5,1 milliards d'euros en 2014



Évolution annuelle des ventes en valeur

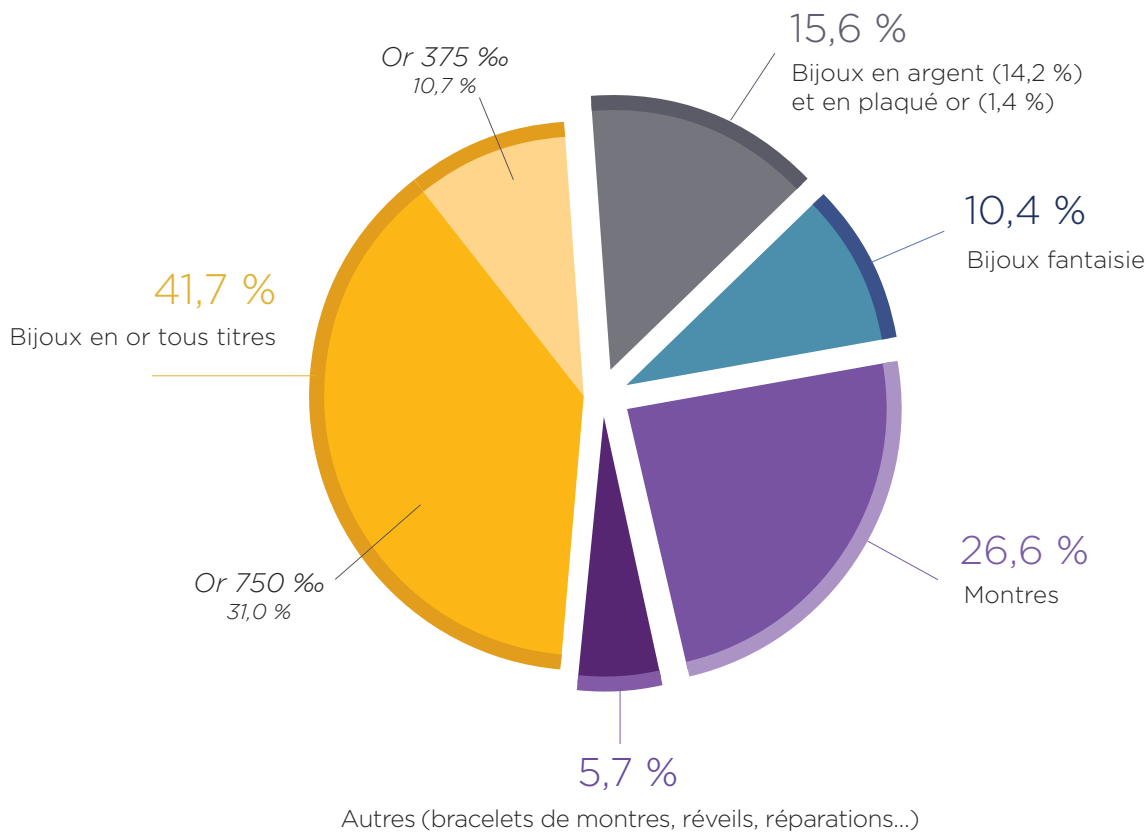


Évolution par circuits de distribution

	2014/2013
Total horlogerie-bijouterie	- 1 %
• Bijoutiers-horlogers en ville (y compris les grands magasins)	- 2 %
• Bijoutiers-horlogers en centre commercial	- 2 %
• Bijouteries fantaisie*	+ 3 %
• Grandes surfaces	- 5 %
• Autres circuits (vente à distance, artisans, boutiques de prêt-à-porter, DOM...)	+ 1 %

* Y compris les bijoux fantaisie vendus dans les grands magasins

Répartition des ventes en valeur en 2014

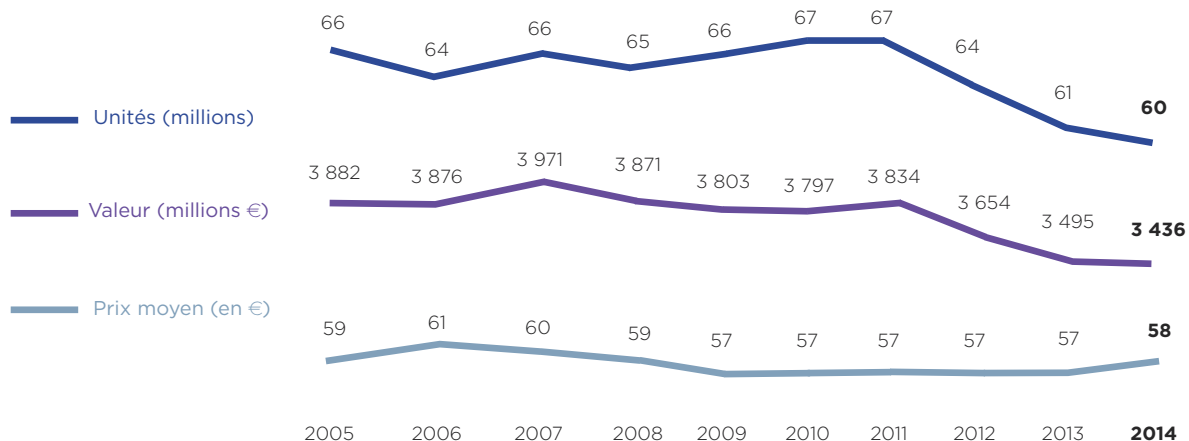


En milliards d'euros

• 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 2014

→ 3,4 milliards d'euros en 2014



Structure des ventes

UNITÉS				VALEUR		
2012	2013	2014		2012	2013	2014
9,2 %	6,7 %	6,1 %	Bijoux en or 750 ‰	52,2 %	46,4 %	45,8 %
6,5 %	8,6 %	8,8 %	Bijoux en or 375 ‰	11,7 %	15,5 %	15,8 %
29,6 %	30,7 %	31,7 %	Bijoux en argent	19,6 %	20,5 %	21,1 %
3,4 %	2,8 %	2,7 %	Bijoux en plaqué or	2,2 %	2,1 %	2,0 %
51,3 %	51,2 %	50,7 %	Bijoux fantaisie	14,3 %	15,5 %	15,3 %
100 %	100 %	100 %	Total	100 %	100 %	100 %

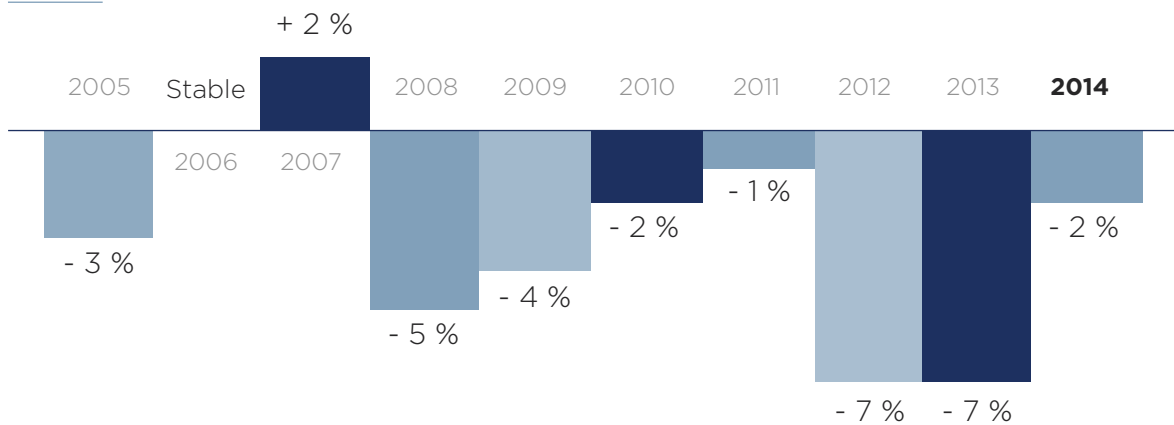
Prix moyen des bijoux précieux en 2014



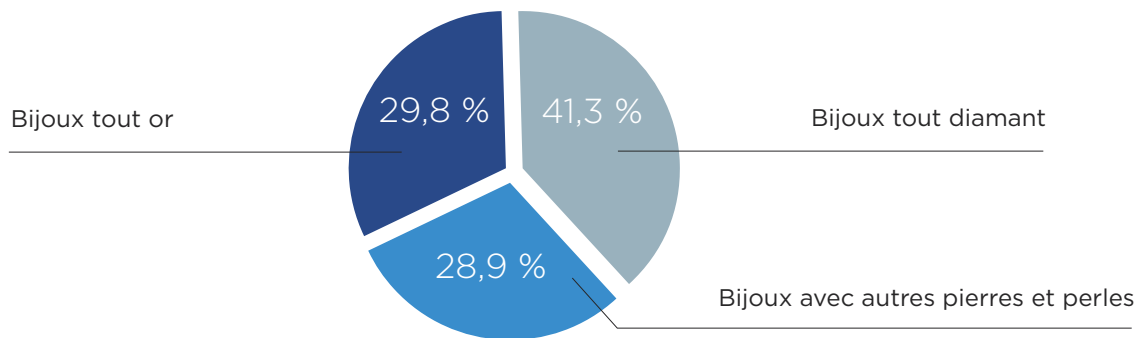
LE MARCHÉ FRANÇAIS DES BIJOUX EN OR TOUS TITRES EN 2014

→ 2,1 milliards d'euros en 2014

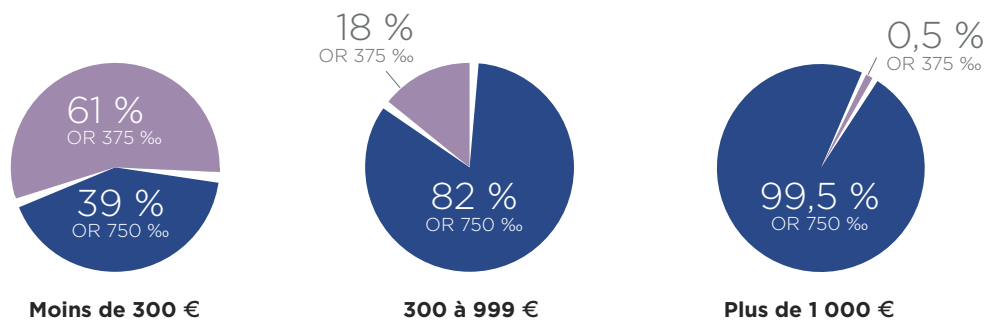
Évolution annuelle des ventes en valeur



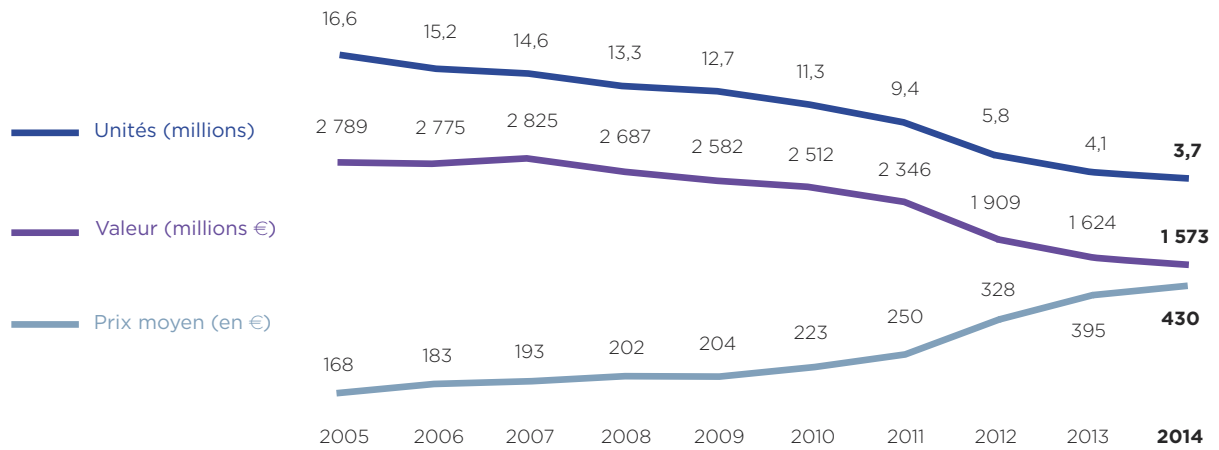
Répartition des ventes en valeur en 2014



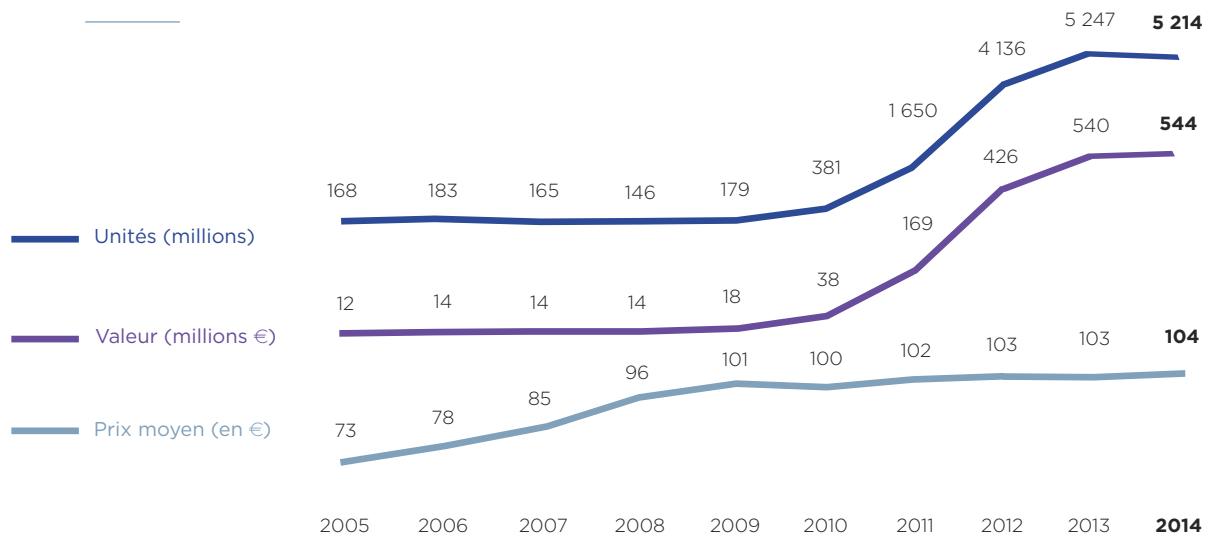
Structure des ventes en valeur par tranches de prix en 2014



Ventes de bijoux en or 750 ‰



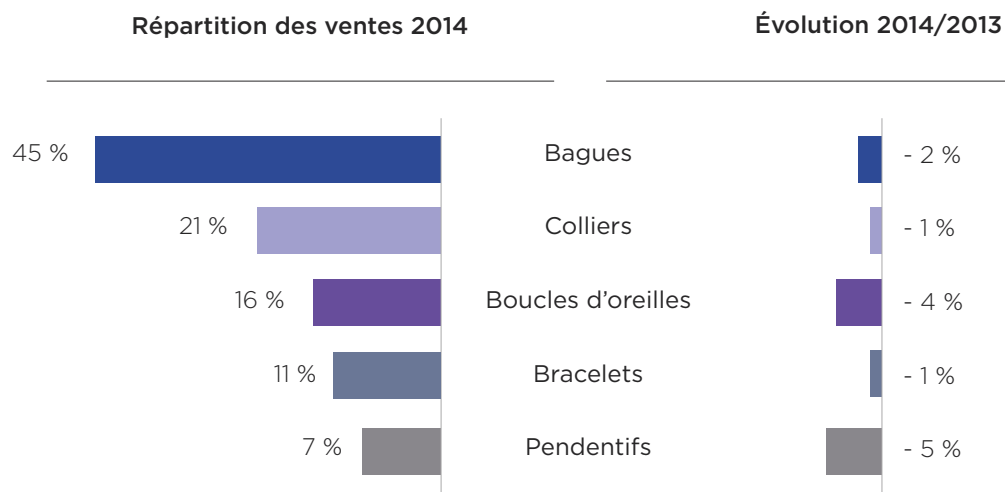
Ventes de bijoux en or 375 ‰



Structure des ventes par circuits de distribution

UNITÉS				VALEUR		
2012	2013	2014		2012	2013	2014
10 %	10 %	9 %	Bijouteries en ville CA < 300 000 €	10 %	9 %	7 %
9 %	10 %	12 %	Bijouteries en ville CA 300 - 750 000 €	9 %	10 %	10 %
11 %	11 %	12 %	Bijouteries en ville CA > 750 000 €	31 %	31 %	32 %
30 %	33 %	34 %	Bijouteries de centre commercial	19 %	19 %	20 %
27 %	24 %	21 %	Grandes surfaces	12 %	11 %	10 %
13 %	12 %	12 %	Autres (ventes à distance, artisans, ventes directes...)	19 %	20 %	21 %
100 %	100 %	100 %	Total	100 %	100 %	100 %

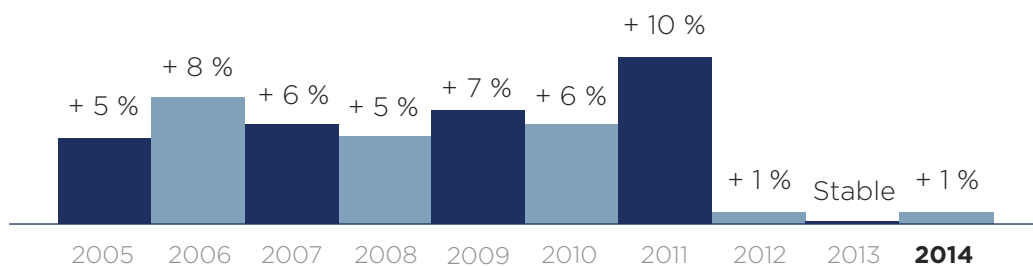
Répartition et évolution des ventes en valeur par principales familles de produits



LE MARCHÉ FRANÇAIS DES BIJOUX EN ARGENT EN 2014

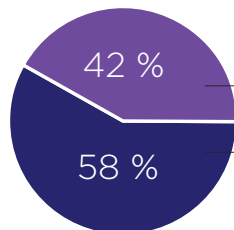
→ 0,7 milliard d'euros en 2014

Évolution des ventes en valeur



Répartition et évolution des ventes en valeur

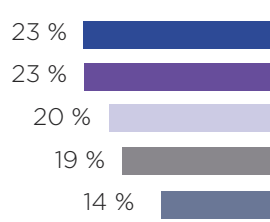
Répartition des ventes 2014



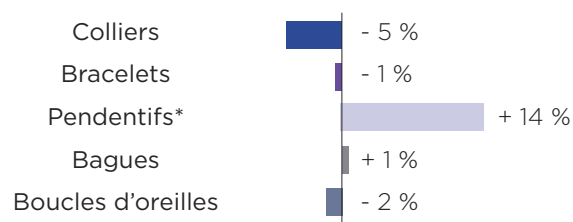
Évolution 2014/2013



Répartition des ventes 2014



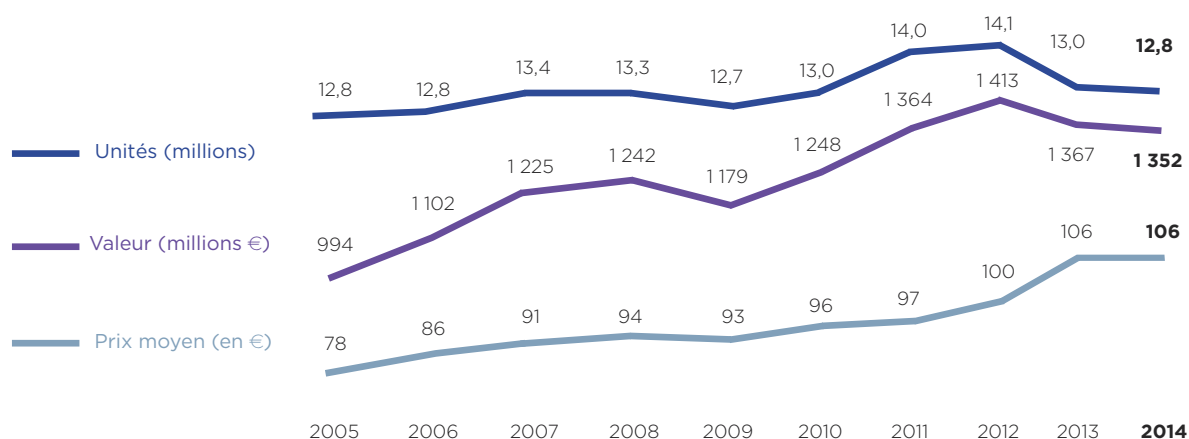
Évolution 2014/2013



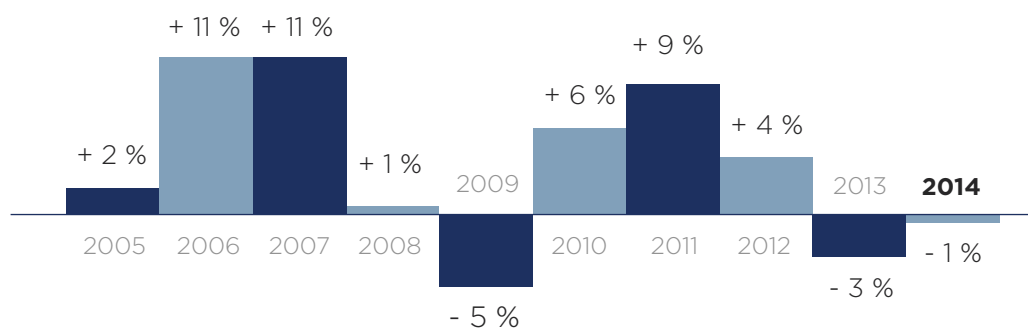
* dont charms et perles en argent à enfiler (beads)

LE MARCHÉ FRANÇAIS DES MONTRES EN 2014

→ 1,4 milliard d'euros en 2014



Évolution annuelle des ventes en valeur



Évolution des ventes en valeur par tranches de prix

	2012/2011	2013/2012	2014/2013
Plus de 3 000 €	+ 17 %	Stable	- 3 %
1 000 à 2 999 €	- 16 %	+ 1 %	Stable
300 à 999 €	+ 3 %	- 5 %	+ 2 %
100 à 299 €	+ 7 %	- 1 %	+ 2 %
50 à 99 €	+ 3 %	- 7 %	- 4 %
moins de 50 €	- 6 %	- 10 %	- 3 %

Structure des ventes par tranches de prix

UNITÉS				VALEUR		
2012	2013	2014		2012	2013	2014
0,5 %	0,5 %	0,5 %	Plus de 3 000 €	29,0 %	29,9 %	29,3 %
0,5 %	0,5 %	0,5 %	De 1 000 à 2 999 €	8,8 %	9,2 %	9,3 %
2,0 %	2,0 %	2,1 %	De 300 à 999 €	9,7 %	9,5 %	9,8 %
14,4 %	15,2 %	15,6 %	De 100 à 299 €	22,2 %	22,7 %	23,5 %
23,2 %	23,6 %	22,8 %	De 50 à 99 €	17,1 %	16,5 %	16,0 %
59,4 %	58,2 %	58,5 %	Moins de 50 €	13,2 %	12,2 %	12,1 %
100 %	100 %	100 %	Total	100 %	100 %	100 %

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