

Comité
FRANCÉCLAT

2012

CHIFFRES CLÉS

HORLOGERIE-BIJOUTERIE-JOAILLERIE

© 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.

2012

CHIFFRES CLÉS

HORLOGERIE-BIJOUTERIE-JOAILLERIE

- **LA PRODUCTION**

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

Évolution 2012/2011 : + 5 %

(Source : Comité Francéclat - INSEE / Estimations)

- **LES EXPORTATIONS ET RÉEXPORTATIONS**

→ **5,0 milliards d'euros HT**

Évolution 2012/2011 : + 24 %

(Source : Statistiques des douanes françaises / Estimations)

- **LES IMPORTATIONS**

→ **5,9 milliards d'euros HT**

Évolution 2012/2011 : + 22 %

(Source : Statistiques des douanes françaises / Estimations)

- **LES VENTES EN FRANCE**

→ **5,3 milliards d'euros TTC**

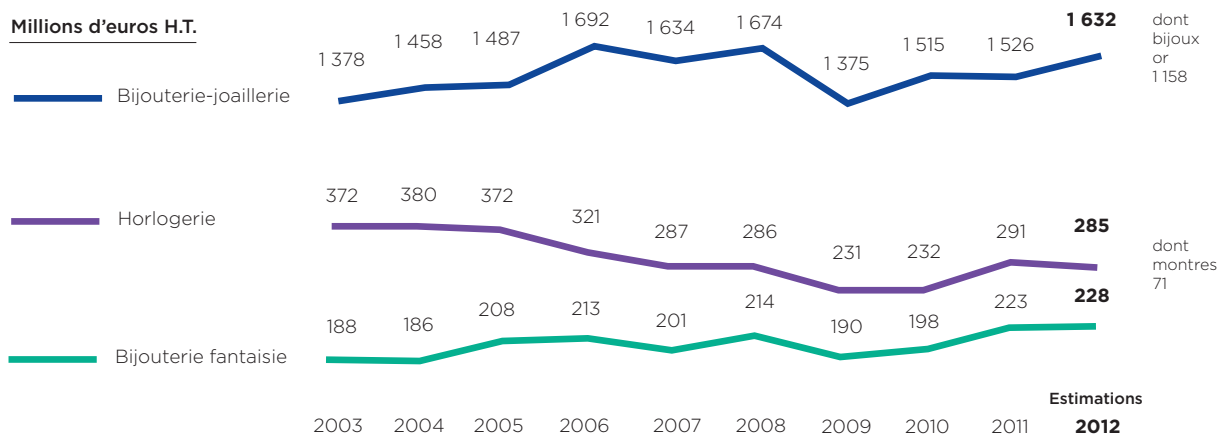
2012/2011 : - 2 %

(Source : Comité Francéclat / Société 5 - GfK)

• LA PRODUCTION

(Source : Comité Francéclat - INSEE / Estimations)

Selon les premiers résultats, la production peut être estimée à **2,1 milliards d'euros HT** en 2012, tous secteurs horlogerie-bijouterie-joaillerie confondus :



• LES EXPORTATIONS ET RÉEXPORTATIONS

(Source : Statistiques des douanes françaises / Estimations)

Les exportations et réexportations sont estimées à **5,0 milliards d'euros HT** en 2012, tous secteurs horlogerie-bijouterie-joaillerie confondus :

Chiffres en millions d'euros	Exportations (Statistiques des douanes françaises)		
	2011	Estimations 2012	Variation 2012/2011
Horlogerie	1 391	1 697	+ 22 %
dont montres	943	1 217	+ 29 %
Bijouterie-joaillerie	2 404	3 016	+ 25 %
dont bijoux or	2 076	2 497	+ 20 %
Bijouterie fantaisie	267	322	+ 21 %

En 2012, nos exportations et réexportations de montres ont été principalement destinées aux pays de l'Union Européenne, nos premiers marchés restant l'Allemagne, l'Italie et le Royaume-Uni.

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

• LES IMPORTATIONS

(Source : Statistiques des douanes françaises / Estimations)

Les importations sont estimées à **5,9 milliards d'euros HT** en 2012, tous secteurs horlogerie-bijouterie-joaillerie confondus :

Chiffres en millions d'euros	Importations (Statistiques des douanes françaises)		
	2011	Estimations 2012	Variation 2012/2011
Horlogerie	1 845	2 230	+ 21 %
dont montres	1 574	1 930	+ 23 %
Bijouterie-joaillerie	2 596	3 194	+ 23 %
dont bijoux or	1 708	2 058	+ 20 %
Bijouterie fantaisie	379	464	+ 22 %

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

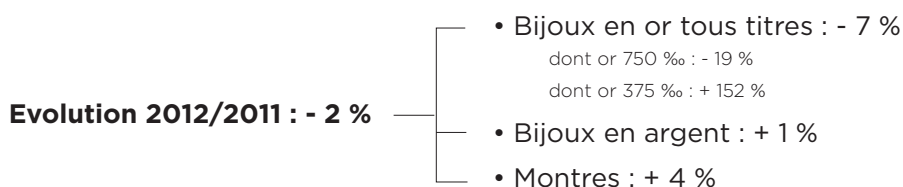
La Suisse (transit compris) est désormais notre principal fournisseur de bijoux en or, précédant l'Italie et le Royaume-Uni.

Pour l'ensemble du secteur horlogerie-bijouterie-joaillerie, le taux de couverture de nos importations par nos exportations, bien que déficitaire, aurait progressé d'un point en 2012 par rapport à 2011.

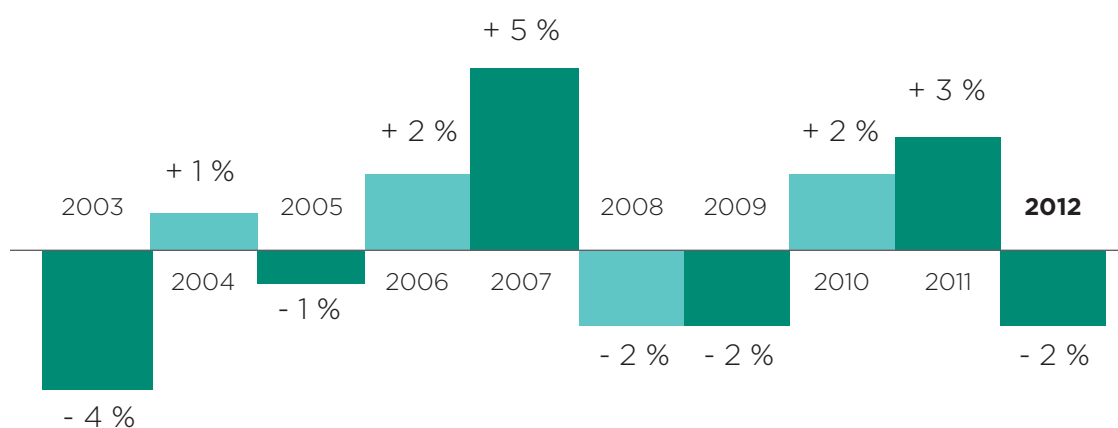
• LES VENTES D'HORLOGERIE-BIJOUTERIE EN FRANCE EN 2012

(Source : Comité Francéclat / Société 5 - GfK)

5,3 milliards d'euros TTC en 2012 : chiffre d'affaires tous produits incluant tous les bijoux, précieux ou fantaisie, les montres, les bracelets de montres, les réveils ainsi que les réparations et les autres prestations.



• ÉVOLUTION ANNUELLE DES VENTES EN VALEUR

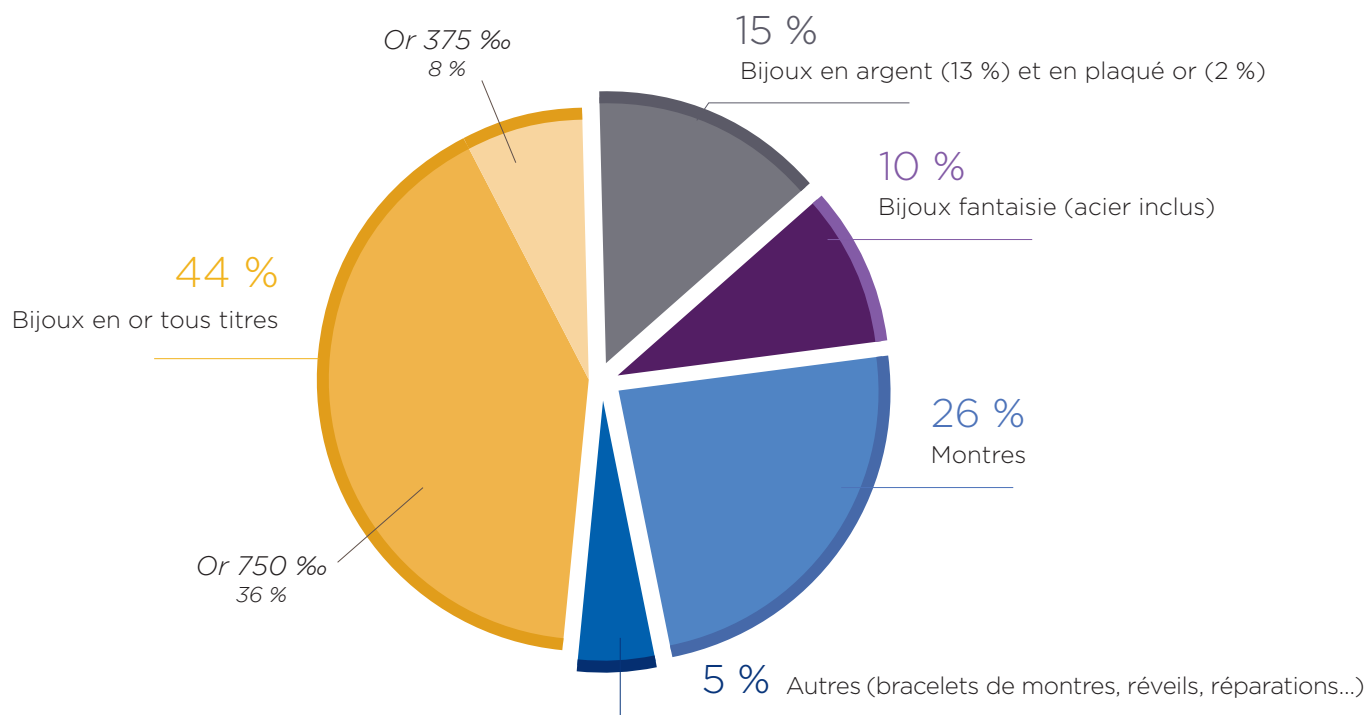


En recul de 2 % par rapport à 2011, le marché de l'horlogerie-bijouterie a été affecté en 2012 par la détérioration de la conjoncture économique en France.

• ÉVOLUTION PAR CIRCUITS

	2012/2011
Total bijouterie-horlogerie	- 2 %
• Bijoutiers-Horlogers en ville (et grands magasins pour la partie montres et joaillerie)	- 2 %
• Bijoutiers-Horlogers en centre commercial	- 4 %
• Bijouteries Fantaisie (incluant les grands magasins pour la partie fantaisie)	+ 2 %
• Grandes surfaces	- 7 %
• Autres circuits (vente à distance, artisans, boutiques de prêt-à-porter, DOM...)	=

• **RÉPARTITION DES VENTES D'HORLOGERIE-BIJOUTERIE EN VALEUR EN 2012**



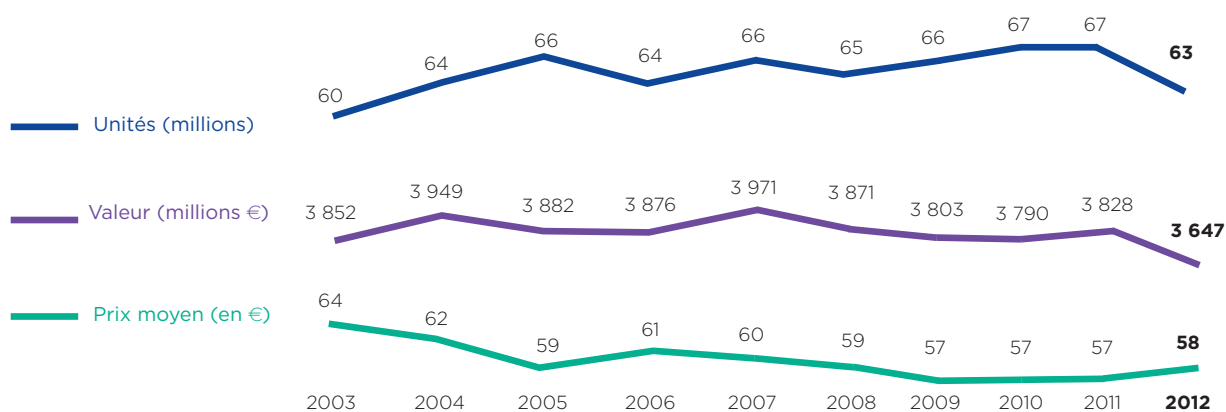
• **STRUCTURE DES VENTES D'HORLOGERIE-BIJOUTERIE EN MILLIARDS D'EUROS EN 2012**

• Bijoux en or tous titres	2,3
<i>dont or 750 ‰</i>	1,9
<i>dont or 375 ‰</i>	0,4
• Bijoux en argent et en plaqué or	0,8
<i>dont argent</i>	0,7
• Bijoux fantaisie (acier inclus)	0,5
Total bijoux	3,6 milliards
• Montres	1,4
• Autres	0,3
Total horlogerie-bijouterie	5,3 milliards

• LE MARCHÉ FRANÇAIS DES BIJOUX EN 2012

→ 3,6 milliards d'euros en 2012

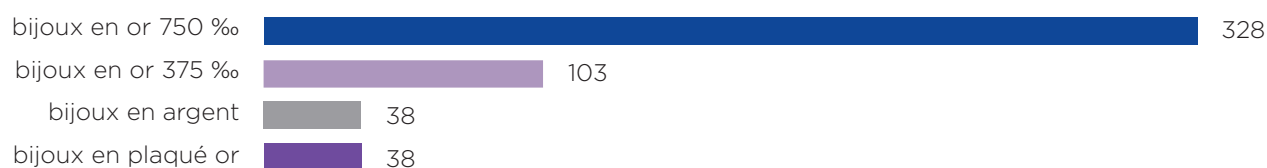
• VENTES TOTALES DE BIJOUX EN FRANCE



• STRUCTURE DES VENTES DE BIJOUX EN UNITÉS ET EN VALEUR

Unités				Valeur		
2010	2011	2012		2010	2011	2012
16,8 %	14,0 %	9,2 %	bijoux en or 750 ‰	66,3 %	61,3 %	52,3 %
0,6 %	2,5 %	6,5 %	bijoux en or 375 ‰	1,0 %	4,4 %	11,7 %
28,5 %	29,7 %	29,7 %	bijoux en argent	17,0 %	18,5 %	19,6 %
4,8 %	4,2 %	3,4 %	bijoux en plaqué or	2,5 %	2,5 %	2,2 %
49,3 %	49,6 %	51,2 %	bijoux fantaisie	13,2 %	13,3 %	14,2 %
100 %	100 %	100 %	Total	100 %	100 %	100 %

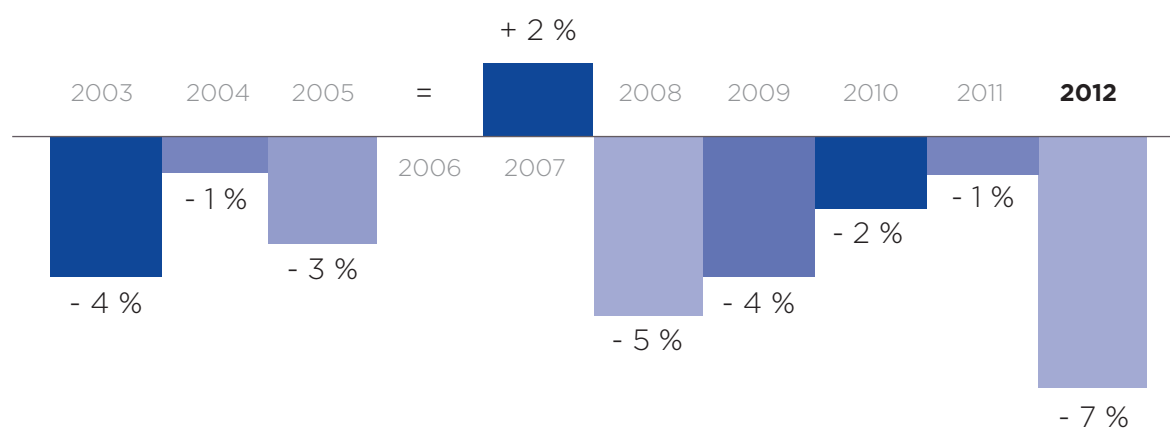
• PRIX MOYEN DES BIJOUX PRÉCIEUX EN 2012



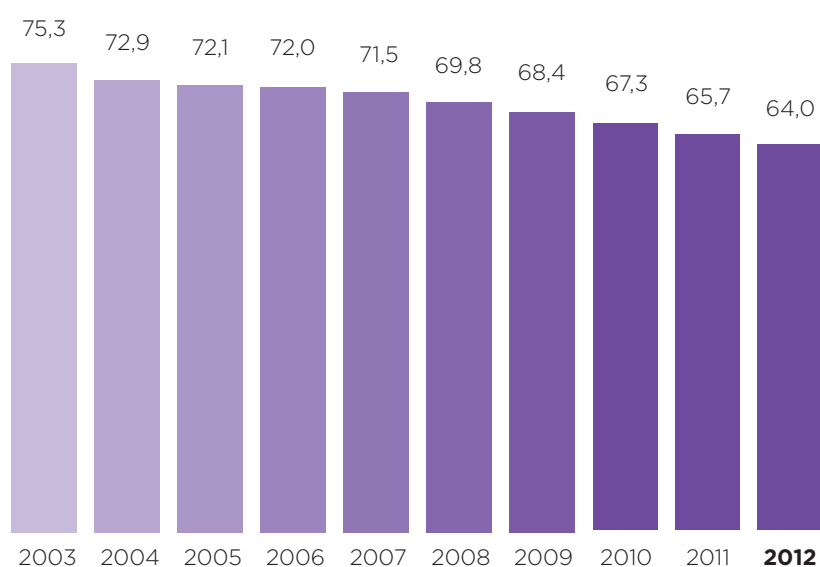
- **LE MARCHÉ FRANÇAIS DES BIJOUX EN OR TOUS TITRES EN 2012**

→ 2,3 milliards d'euros en 2012

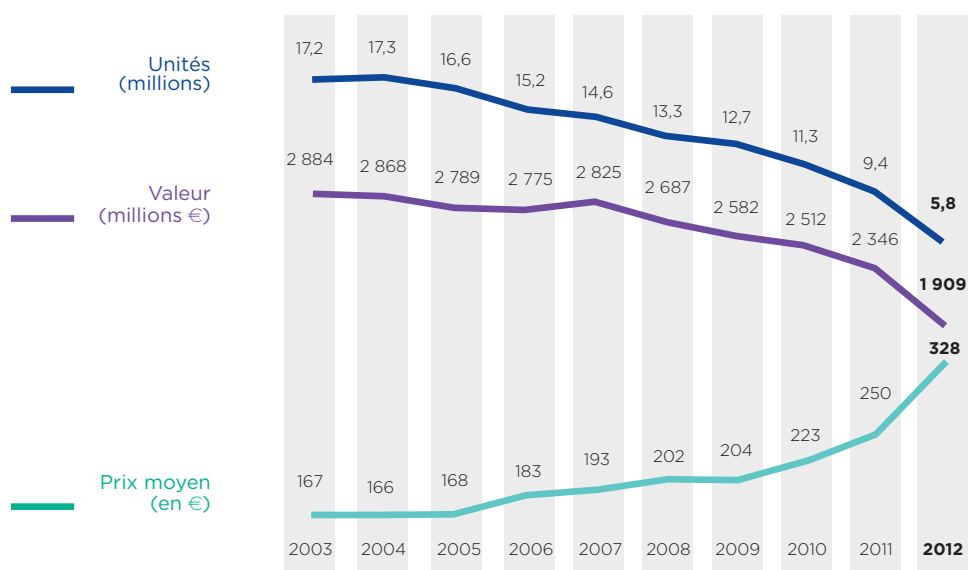
- **ÉVOLUTION ANNUELLE DES VENTES EN VALEUR**



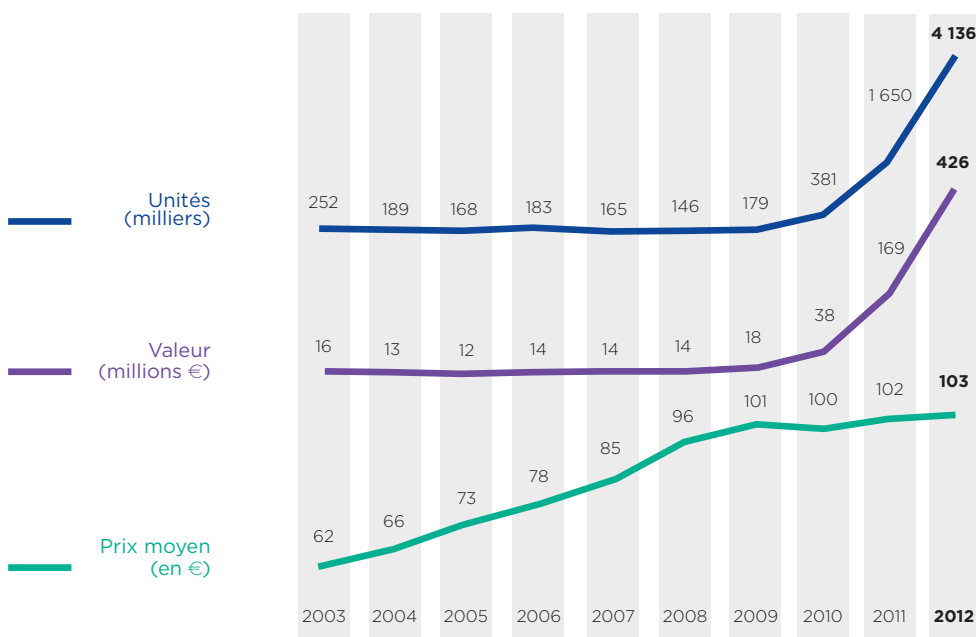
- **PART EN VALEUR DES BIJOUX EN OR TOUS TITRES DANS LE TOTAL DES BIJOUX (%)**



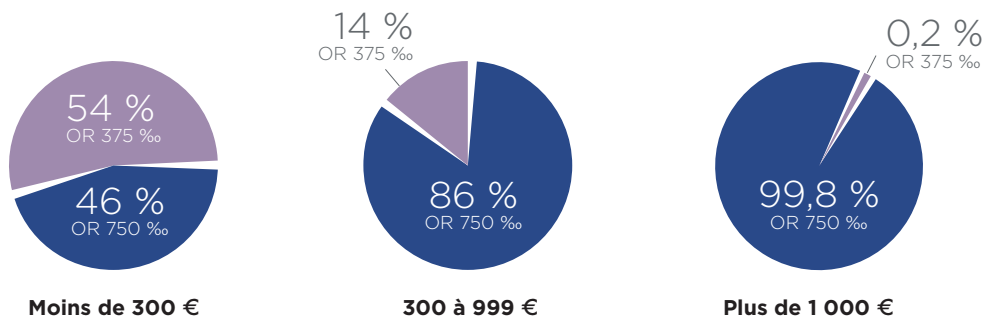
• **VENTES DE BIJOUX EN OR 750 ‰**



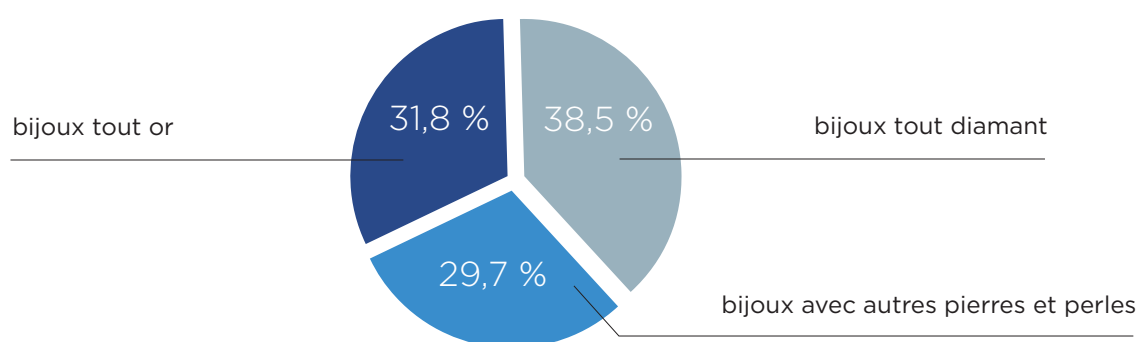
• **VENTES DE BIJOUX EN OR 375 ‰**



• **STRUCTURE DES VENTES EN VALEUR DE BIJOUX OR 750 ‰ ET 375 ‰ PAR TRANCHES DE PRIX**



- RÉPARTITION DES VENTES EN VALEUR DE BIJOUX EN OR TOUS TITRES EN 2012**



- STRUCTURE DES VENTES EN UNITÉS DE BIJOUX EN OR TOUS TITRES PAR CIRCUITS DE DISTRIBUTION**

	2009	2010	2011	2012
Bijouteries en ville CA < 300 000	9 %	9 %	11 %	10 %
Bijouteries en ville CA 300 - 750 000	15 %	13 %	10 %	9 %
Bijouteries en ville CA > 750 000	10 %	11 %	12 %	11 %
Bijouteries de centre commercial	29 %	30 %	30 %	30 %
Grandes surfaces	28 %	26 %	26 %	27 %
Autres (ventes à distance, artisans, ventes directes...)	9 %	11 %	11 %	13 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

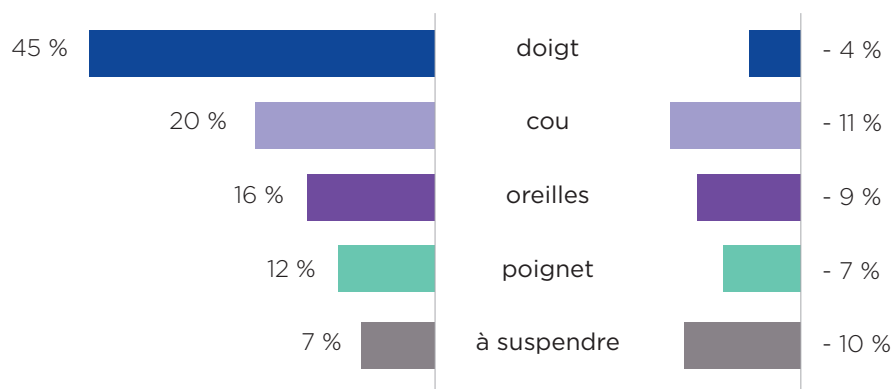
- STRUCTURE DES VENTES EN VALEUR DE BIJOUX EN OR TOUS TITRES PAR CIRCUITS DE DISTRIBUTION**

	2009	2010	2011	2012
Bijouteries en ville CA < 300 000	7 %	7 %	10 %	10 %
Bijouteries en ville CA 300 - 750 000	15 %	13 %	11 %	9 %
Bijouteries en ville CA > 750 000	29 %	30 %	30 %	31 %
Bijouteries de centre commercial	19 %	19 %	19 %	19 %
Grandes surfaces	13 %	12 %	13 %	12 %
Autres (ventes à distance, artisans, ventes directes...)	17 %	19 %	17 %	19 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %

- **RÉPARTITION ET ÉVOLUTION DES VENTES EN VALEUR DE BIJOUX EN OR TOUS TITRES**

Répartition des ventes 2012

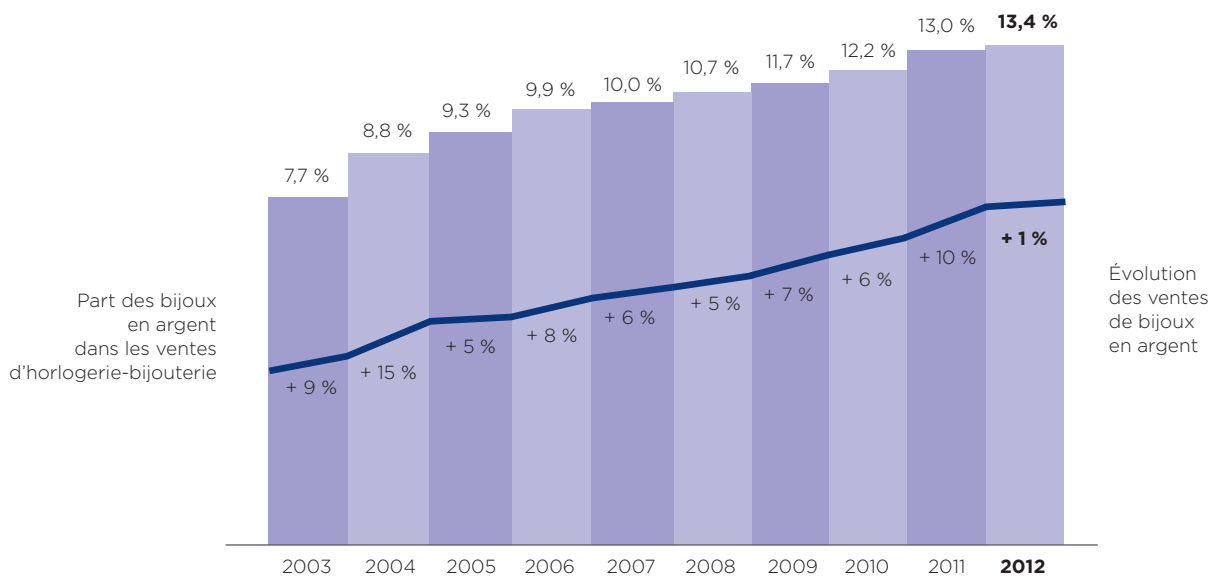
Évolution 2012/2011



- **LE MARCHÉ FRANÇAIS DES BIJOUX EN ARGENT ET EN PLAQUÉ OR EN 2012**

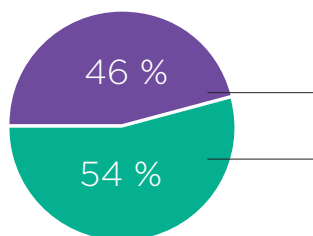
→ 0,8 milliard d'euros en 2012

- **ÉVOLUTION ANNUELLE DES VENTES EN VALEUR DE BIJOUX EN ARGENT**



• RÉPARTITION ET ÉVOLUTION DES VENTES EN VALEUR DE BIJOUX EN ARGENT

Répartition des ventes 2012

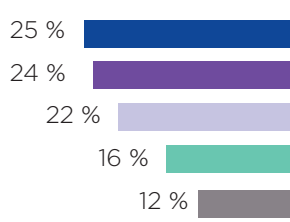


Évolution 2012/2011

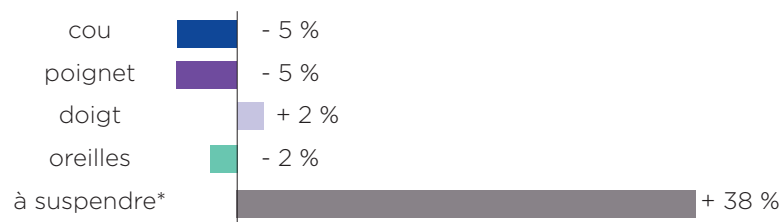


* bijoux en argent et pierres, perles, émail, laque...

Répartition des ventes 2012

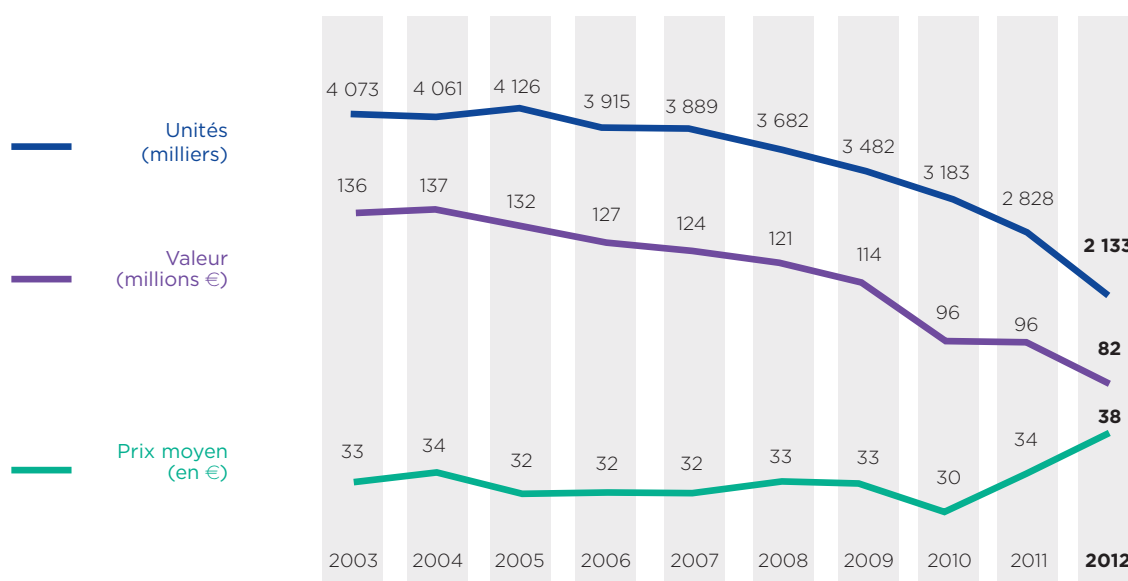


Évolution 2012/2011



* dont charms et perles en argent à enfiler

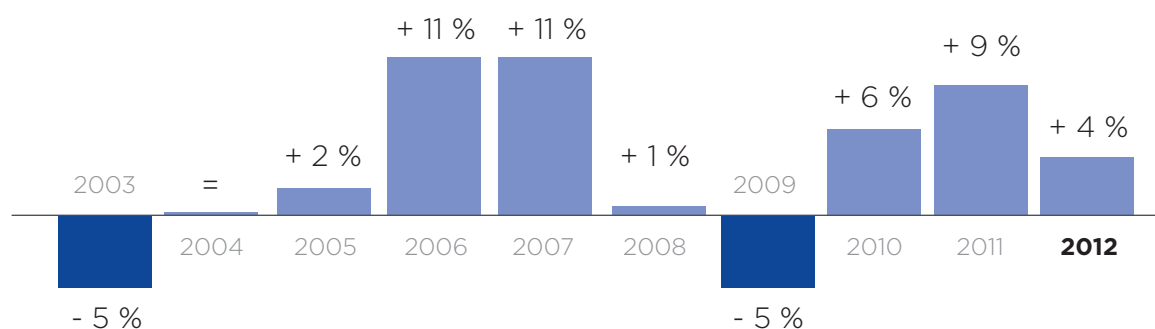
• VENTES DE BIJOUX EN PLAQUÉ OR



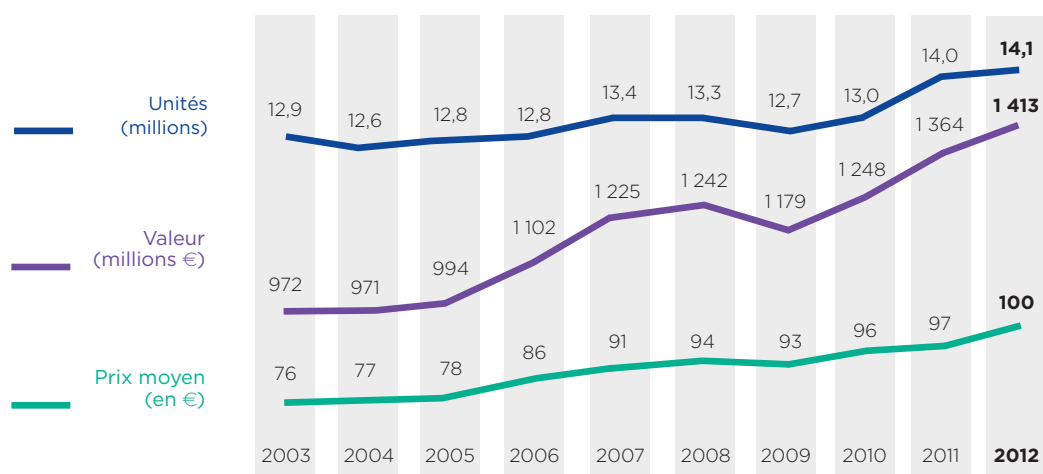
• LE MARCHÉ FRANÇAIS DES MONTRES EN 2012

→ 1,4 milliard d'euros en 2012

• ÉVOLUTION ANNUELLE DES VENTES EN VALEUR



• VENTES DE MONTRES



• ÉVOLUTION DES VENTES DE MONTRES EN VALEUR PAR TRANCHES DE PRIX

	2008/2007	2009/2008	2010/2009	2011/2010	2012/2011
Plus de 3 000	+ 13 %	- 7 %	+ 14 %	+ 13 %	+ 17 %
1 000 à 2 999	- 2 %	- 6 %	- 3 %	- 6 %	- 16 %
300 à 999	+ 3 %	+ 1 %	+ 13 %	+ 10 %	+ 3 %
100 à 299	- 3 %	- 7 %	+ 1 %	+ 10 %	+ 7 %
50 à 99	- 5 %	- 2 %	+ 9 %	+ 16 %	+ 3 %
moins de 50	+ 2 %	- 5 %	+ 1 %	+ 6 %	- 6 %

- **STRUCTURE DES VENTES DE MONTRES EN UNITÉS ET EN VALEUR PAR TRANCHES DE PRIX**

Unités				Valeur		
2010	2011	2012		2010	2011	2012
0,4 %	0,4 %	0,5 %	Plus de 3 000	24,8 %	25,7 %	29,0 %
0,6 %	0,6 %	0,5 %	de 1 000 à 2 999	12,6 %	10,8 %	8,8 %
2,0 %	2,0 %	2,0 %	de 300 à 999	10,3 %	10,3 %	9,7 %
12,7 %	13,2 %	14,4 %	de 100 à 299	21,3 %	21,5 %	22,2 %
21,5 %	23,1 %	23,2 %	de 50 à 99	16,1 %	17,2 %	17,1 %
62,8 %	60,7 %	59,4 %	moins de 50	14,9 %	14,5 %	13,2 %
100 %	100 %	100 %	Total	100 %	100 %	100 %

- **STRUCTURE ET PRIX MOYEN DES VENTES DE MONTRES PAR CIRCUITS DE DISTRIBUTION EN 2012**



© 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.