



La distribution de bijouterie fantaisie

Concurrence exacerbée, recours croissant au digital, etc. : perspectives et axes de développement d'ici 2016

Le groupe **Xerfi** vient de publier une étude exclusive sur la distribution de bijouterie fantaisie. Comme chaque titre de la collection **Xerfi Research**, elle décrypte les évolutions de l'activité et du jeu concurrentiel à travers une analyse détaillée des déterminants du marché, des facteurs de mutation de l'offre et de la demande ainsi que des axes de développement des opérateurs. Une attention toute particulière a été accordée aux prévisions d'activité à court et moyen termes.

Grâce à cette analyse complète et opérationnelle, vous disposerez d'un véritable outil pour organiser et hiérarchiser l'information, stimuler votre réflexion et préparer vos décisions. Nous sommes à votre disposition pour vous apporter des compléments d'information concernant cette étude de référence dont vous trouverez ci-joint la présentation. Pour la recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette ou de vous rendre directement sur notre site internet pour la télécharger immédiatement.



Téléchargez immédiatement
cette étude sur Xerfi.com

Avec le code étude 5DIS68

Eline Maurel
Directrice d'études
Xerfi France

La distribution de bijouterie fantaisie

Concurrence exacerbée, recours croissant au digital, etc. : perspectives et axes de développement d'ici 2016

Edition Juillet 2015
200 pages

La riposte des enseignes spécialisées s'accélère

Le marché de la bijouterie fantaisie n'a jamais été aussi concurrentiel. Les acteurs spécialisés font en effet face à l'appétit toujours plus grand des bijouteries traditionnelles et des distributeurs de prêt-à-porter, en quête de relais de croissance sur ce segment. De quoi mettre en difficulté certaines enseignes spécialisées, à l'image de Skalli ou Les Néréides. Mais la plupart d'entre elles restent offensives. Afin de se différencier des spécialistes des accessoires, comme Claire's, Moa ou encore Six, davantage positionnées sur l'entrée de gamme, les enseignes de bijouterie fantaisie proposent des articles de plus grande qualité et s'approprient les codes du luxe : collaboration avec des créateurs pour Swarovski, refonte du concept de magasin chez Pandora, etc. Destiné à fédérer des communautés (réseaux sociaux) et proposer des expériences d'achat personnalisées, le digital est au cœur des stratégies déployées. Dans ce contexte, **quelles sont les réelles perspectives pour les spécialistes des bijoux fantaisie d'ici 2016 ? Quels sont leurs principaux axes de riposte face aux circuits concurrents ?**

Les points clés de l'étude

- **L'analyse du marché et notre scénario prévisionnel exclusif à l'horizon 2016**
Consommation des ménages en bijoux fantaisie, chiffre d'affaires des détaillants spécialisés (panel Xerfi), évolutions des parts de marché des différents circuits, etc.
- **Toutes les clés pour comprendre l'évolution de la demande**
Moteurs et freins structurels, évolution du pouvoir d'achat et de la consommation à l'horizon 2016, arbitrages de consommation, évolution des comportements d'achat de bijoux, etc.
- **Le recensement des stratégies digitales**
Xerfi a réalisé un audit sur les pratiques d'un panel de 35 enseignes spécialisées dans les bijoux fantaisie et les accessoires : présence dans le e-commerce et sur les principaux réseaux sociaux, dispositifs *cross-canal*, animation d'un blog, etc.
- **L'étude des axes de développement des acteurs**
Renouvellement des concepts de vente, personnalisation des produits, extension des réseaux en France et à l'international, etc.
- **Le panorama des forces en présence**
Chiffres clés des principaux distributeurs spécialisés (enseignes physiques et *pure players*), fiches d'identité de 12 acteurs clés et bilan économique et financier de 84 opérateurs du secteur.

« Décrypter le marché et la concurrence »

La collection Xerfi Research vous propose des études approfondies sur une sélection de secteurs et marchés clés de l'économie française. Chaque titre poursuit un double objectif : dresser un panorama complet du paysage concurrentiel et analyser la dynamique du marché et de l'activité des entreprises à court et moyen termes.

Xerfi vous propose ses prévisions exclusives sur la consommation de bijoux fantaisie et l'activité des détaillants spécialisés à l'horizon 2016. Celles-ci reposent sur une méthodologie rigoureuse prenant en compte : l'évolution de la demande (pouvoir d'achat, arbitrages de consommation, etc.), le contexte concurrentiel (développement des *pure players*, offensives de distributeurs non spécialisés, etc.) et les mutations de l'offre (renouvellement des concepts de vente, renforcement des stratégies digitales, etc.).

Table des matières et contenu de l'étude

0. LA SYNTHÈSE & LES CONCLUSIONS STRATÉGIQUES

Cette synthèse attire l'attention du lecteur sur les conséquences de la modification de l'environnement économique, les tendances majeures de la vie du secteur, les évolutions prévisibles, en tirant parti de l'ensemble des analyses sur les perspectives du marché et des stratégies des opérateurs.

1. L'ANALYSE ET LES PERSPECTIVES DU MARCHÉ

1. LE MARCHÉ DE LA BIJOUTERIE FANTAISIE

- Les principaux déterminants du marché
- L'évolution des déterminants jusqu'en 2014
- La consommation des ménages en bijoux fantaisie (2005-2014)
- Le budget moyen consacré aux bijoux fantaisie (2005-2014)
- Les prix à la consommation des bijoux fantaisie (2006-2014)

2. L'ACTIVITÉ DES DISTRIBUTEURS SPÉCIALISÉS

- Le chiffre d'affaires des distributeurs spécialisés dans la bijouterie fantaisie (panel Xerfi) (2010-2014)
- Le taux de marge commerciale des principales enseignes en 2014

3. LE SCÉNARIO PRÉVISIONNEL A 2016

- L'évolution des déterminants
- La consommation des ménages en bijoux fantaisie
- Le chiffre d'affaires des distributeurs spécialisés
- Les opportunités et menaces à moyen terme

2. L'ANALYSE DE LA DEMANDE

1. L'ANALYSE DES MOTEURS ET FREINS

- Vue d'ensemble

2. L'ANALYSE DES COMPORTEMENTS D'ACHAT

- Le profil des consommateurs de bijoux fantaisie
- Le bijou fantaisie comme accessoire de mode

3. L'ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE

- Le pouvoir d'achat des ménages (2008-2016)
- La consommation des ménages (2008-2016)

- Les arbitrages de consommation sur les postes de dépenses non contraints

4. LE MARCHÉ DES BIJOUX

- La consommation des ménages en bijoux (2005-2014)
- Les cours des matières premières (2010-2014)

3. LES FAITS MARQUANTS ET L'ÉVOLUTION DE L'OFFRE

1. LES AXES DE DIFFÉRENCIATION

- Le renouvellement des concepts de vente
- La personnalisation des produits
- Le renforcement de l'identité de la marque (positionnement prix, communication, etc.)

2. LE DÉVELOPPEMENT DES RÉSEAUX

- Les politiques d'extension des réseaux en France
- Le déploiement à l'international

3. LE DÉPLOIEMENT SUR INTERNET

- Les stratégies digitales des enseignes spécialisées (audit réalisé par Xerfi sur un panel de 35 enseignes)
- Focus sur les *pure players* spécialisés

4. LES AUTRES FAITS MARQUANTS

- Les opérations de restructuration

4. LES PRINCIPAUX CIRCUITS DE DISTRIBUTION

1. LE PANORAMA DES CIRCUITS DE DISTRIBUTION

- Les parts de marché des circuits de distribution d'horlogerie-bijouterie
- Panorama des différents circuits de distribution de bijoux fantaisie
- Les forces et faiblesses des différents circuits

2. LES SPÉCIALISTES DE LA BIJOUTERIE FANTAISIE ET DES ACCESSOIRES

- Les chiffres clés des principales enseignes de bijouterie fantaisie (2014)
- Les chiffres clés des principales enseignes spécialisées dans les accessoires (2014)

Dans cette étude, vous trouverez une analyse détaillée du paysage concurrentiel de la distribution de bijoux fantaisie. Les enseignes spécialisées dans les bijoux fantaisie (Swarovski, Agatha, Pandora, etc.) et les accessoires (Claire's, Réserve Naturelle, Moa, etc.) font face à une concurrence accrue des bijouteries traditionnelles. Les acteurs du prêt-à-porter féminin et les *pure players* spécialisés affichent également leurs ambitions. Les GSA demeurent aussi des acteurs importants avec leurs concepts dédiés aux bijoux.

Pour compléter l'analyse, les experts de Xerfi ont décrypté les principaux axes de développement des distributeurs spécialisés dans les bijoux fantaisie. Parmi ceux-ci : l'extension des réseaux, en France et à l'international, le renouvellement des concepts de vente (à l'image du repositionnement de Moa début 2015 avec « Premium Concept »), le renforcement de l'identité de la marque et le déploiement de stratégies digitales (dispositifs *cross-canal*, communication sur les réseaux sociaux, etc.).

3. LES CIRCUITS CONCURRENTS

- Les bijouterie de ville et de centre commercial (Julien d'Orcel, Histoire d'Or, Louis Pion, etc.)
- Les grands magasins (Galeries Lafayette, Printemps, etc.)
- Les grandes surfaces alimentaires (Auchan, Carrefour, E.Leclerc, etc.)
- Les chaînes de prêt-à-porter (Cache Cache, Camaïeu, Promod, etc.)
- Les enseignes de luxe (Armani, Chanel, Dior, etc.)
- Les véedistes traditionnels (La Redoute, 3 Suisses, etc.)
- Les *pure players* (1001 Bijoux, Bijourama, Cyllene Fantaisie, etc.)

5. LES DISTRIBUTEURS SPECIALISES

1. LES SPECIALISTES DE LA BIJOUTERIE FANTAISIE

Agatha, Bijou Brigitte, Eliot, Gas Bijoux, Pandora, Reminiscence, Swarovski

2. LES SPECIALISTES DES ACCESSOIRES

- Beeline Group (Six, I Am), Claire's, Folies Douces (Réserve Naturelle), Moa

3. UN SPECIALISTE DE LA VENTE EN LIGNE DE BIJOUX

- Bijourama (Shopinvest)

6. LES INDICATEURS ECONOMIQUES ET FINANCIERS DES ENTREPRISES

Cette partie vous propose de mesurer, situer et comparer les performances de 84 opérateurs du secteur à travers :

- les fiches synthétiques de chacune des sociétés : informations générales, données de gestion et performances financières sous forme de graphiques et tableaux, positionnement sectoriel de la société ;
- les tableaux comparatifs des 84 opérateurs selon 5 indicateurs clés.

Les données présentées portent sur la période 2009-2013, selon la disponibilité des comptes. 71% des comptes non consolidés 2013 des sociétés étaient disponibles au moment de la publication de l'étude.

LES PRINCIPAUX GROUPES ET ENSEIGNES CITES DANS L'ETUDE

- ACCESSORIZE
- AGATHA
- ASTARTE
- BEELINE GROUP
- BIJOU BRIGITTE
- BIJOUX BURMA
- BLEU CITRON
- BORGIA
- CARARE
- CECILE & JEANNE
- CLAIRE'S
- CLIO BLUE
- ELIOT
- FOLLI FOLLIE
- FOLIES DOUCES
- FOSSIL
- FREY WILLE
- GAS BIJOUX
- I AM
- LES FEES PAPILLONS
- LES NEREIDES
- LOLLIPOPS
- MOA
- NATURE BIJOUX
- PANDORA
- REMINISCENCE
- RESERVE NATURELLE
- SAOYA
- SATELLITE
- SCOOTER
- SIX
- SKALLI
- STYLAZO
- SWAROVSKI
- TARATATA
- THOMAS SABO
- UBU PARIS

PRINCIPALES SOCIETES DONT LES COMPTES SONT TRAITES DANS L'ETUDE (*)

- A & C KRYSTAL
- AD PACO
- AGATHA DIFFUSION
- AMIRALYS
- ARCHI' MADE
- ART DIFFUS
- ASD CRYSTAL
- ASTARTE
- BEELINE RETAIL
- BIJOU RUBIN ANGERS
- BIJOU RUBIN ANNECY
- BIJOU RUBIN BEAUVAIS
- BIJOU RUBIN BORDEAUX
- BIJOU RUBIN CALAIS
- BIJOU RUBIN GRENOBLE
- BIJOU RUBIN LIMOGES
- BIJOU RUBIN MENTON
- BIJOU RUBIN NIMES
- BIJOU RUBIN PARIS
- BIJOU RUBIN RODEZ
- BIJOU RUBIN TOULOUSE
- BIJOU RUBIN VALENCE
- BIJOU RUBIN VILLEFRANCHE
- BIJOUX BURMA
- BOUTIQUE SWAROVSKI MEGEVE
- CALIBRE 14
- CECILE ET JEANNE
- CECILE ET JEANNE - VOYAGES
- CENT POUR CENT PASSION
- CLAFOUTIS
- CLAIRE'S FRANCE
- CLIO-BLUE
- COMPTOIR DES BIJOUX
- CRISTAL P
- CRYSTODELIA
- CYLLENE FANTAISIE
- DPCS
- DUNES
- ELIOT
- FOLIES DOUCES
- FOLLI FOLLIE FRANCE
- FORTY
- FOSSIL STORES FRANCE
- FREY
- FREY WILLE PARIS
- GALERIE UBU
- GAS BIJOUX
- GRAIN D'FOLLIE
- GRIMOIRE
- HOP HOP HOP
- J M M 'CHARMS
- K-LOU DESIGN
- LA COLOMBE D'ELIE
- LES FILLES 2V
- LES POULETTES FR
- LH
- LP3B
- LTDL
- MARGEVY
- MDFC
- MONSOON ACCESSORIZE
- NEREIDES DISTRIBUTION
- OCRISTAL
- OLIVOLGA
- PAN3MIL
- SAOYA
- SHANNON
- SK CREATIONS
- SWAROVSKI FRANCE
- TEDGUI
- THEMA DIFFUSION
- TRIPLE STARS
- TYFATOU
- VIOLETTE
- ZABOK

(*) Liste non exhaustive

Pour recevoir votre étude **IMMEDIATEMENT**,
COMMANDEZ directement sur : **XERFI.COM**

- ❶ Rentrez le code **5DIS68** dans la barre de recherche pour la retrouver
- ❷ Achetez l'étude directement par carte bancaire
- ❸ Recevez votre étude en format pdf sur votre compte client xerfi.com

Pour toutes **PRESTATIONS PERSONNALISEES** (présentation, étude sur mesure, etc.), contactez Laurent Marty, Directeur Associé, lmarty@xerfi.fr

Ces études pourraient également vous intéresser

- **Les stratégies digitales des marques de luxe**
Internet au service de la communication, de la relation client et de la distribution des acteurs du luxe
Code : 5DIS42 – Publication : juin 2015
- **La distribution de bijoux et de montres**
Code : 4DIS28 – Publication : mai 2015

Retrouvez sur le site xerfi.com le plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises



BON DE
COMMANDE

A retourner à :
Groupe Xerfi 13-15 rue de Calais 75009 Paris
Téléphone : 01 53 21 81 51
Email : commande@xerfi.fr

Réf : 5DIS68 / SPE / INT

INFORMATIONS CLIENT

Nom : _____
Prénom : _____
Fonction : _____
Société : _____
Adresse : _____
Code postal : _____
Ville : _____
Adresse email : _____
Téléphone : _____
TVA Intra : _____
N° SIRET : _____

Facture avec la livraison. Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date d'émission de la facture. En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris.
Tarifs valables jusqu'au 31/03/2016 (TVA 5,5%).

La distribution de bijouterie fantaisie

Concurrence exacerbée, recours croissant au digital, etc. :
perspectives et axes de développement d'ici 2016

MODE DE RECEPTION DE L'ETUDE COMMANDEE

Version papier (classeur)	Version électronique (fichier pdf)	Version électronique + version papier
1 600,00 € HT	1 600,00 € HT	2 000,00 € HT
1 688,00 € TTC	1 688,00 € TTC	2 110,00 € TTC



MODE DE REGLEMENT CHOISI

- dès réception de l'étude et de la facture
- par carte bancaire sur www.xerfi.com
- par chèque joint à l'ordre de XERFI-DGT

Date, signature et cachet :

XERFI-DGT SAS au capital de 5 786 051 euros - 13-15 rue de Calais 75009 Paris - RCS Paris B 523 352 607 - TVA intracommunautaire : FR22523352607