



## Le marché de la bijouterie en Australie



### Point sur le marché de la bijouterie

Le secteur de la bijouterie représentait en 2014 un **marché de 2,7 Mds EUR**.

Après avoir profité d'une croissance continue jusqu'en 2014, ce secteur connaît désormais un ralentissement de son activité. Ainsi, entre 2015 et 2020, son taux de croissance annuel devrait avoisiner les 2%.

Cette baisse s'explique par la situation économique actuelle et une plus faible confiance dans l'avenir qui a affecté la consommation des ménages.

- ▶ C'est un marché peu concentré (2 465 détaillants). Les barrières à l'entrée sont faibles et le capital de départ investi est relativement bas. L'industrie se situe en phase de maturité.
- ▶ L'émergence de nouveaux acteurs internationaux et notamment asiatiques a considérablement renforcé la concurrence sur le marché et a contribué à faire baisser le prix unitaire des bijoux.
- ▶ Le marché est très majoritairement tiré par la consommation féminine, les bijoux masculins ne rencontrant que peu de succès en Australie mis à part pour les alliances de mariage ou montres. Les consommateurs attendent des bijoux de plus en plus personnalisables.
- ▶ Les bijouteries restent le canal de distribution le plus utilisé (80% des ventes), suivies par la grande distribution (10%) et les grands magasins. Les sites de e-commerce connaissent un succès grandissant notamment pour la bijouterie fantaisie.

### ■ La bijouterie fine

- Les diamants et bijoux précieux arrivent en tête des ventes de bijoux en 2014, les ventes de diamants et pierres précieuses ont bénéficié de l'augmentation des revenus disponibles des consommateurs. La demande concernant les bagues de fiançailles et les alliances ne faiblit pas et tire l'ensemble de la consommation à la hausse, les ventes de ce segment restent constantes.
- On constate une baisse de la demande pour l'or tandis que l'argent et l'argent sterling (argent fin), moins chers et plus malléables, sont de plus en plus populaires.
- Les bijoux en argent sont le deuxième segment le plus important, la vente des bijoux en or ne représentant que 10% des ventes totales, ces derniers ont notamment souffert de l'augmentation du cours de l'or ces dernières années.
- Les prix de ventes sont amenés à croître pour suivre l'augmentation du cours des métaux.

### ■ Les Importations

Bijouterie fine			Bijouterie fantaisie		
Rang	Pays partenaires	Valeur de 2014 en M EUR	Rang	Pays partenaires	Valeur de 2014 en M EUR
	Monde	663,23		Monde	118,08
1	Thaïlande	143,12	1	Chine	73,08
2	Inde	97,21	2	Thaïlande	11,51
3	États Unis	95,11	3	<b>France</b>	<b>5,03</b>
11	<b>France</b>	<b>13</b>	4	Hong-Kong	3,63

Source GTA

La France est le 11<sup>ème</sup> fournisseur de l'Australie en bijoux fins et le 3<sup>ème</sup> en ce qui concerne la bijouterie fantaisie. Les principaux importateurs vers l'Australie sont généralement les pays d'Asie à bas coûts. On retrouve de nombreuses marques internationales de bijoux fantaisie : Les Nereides, Taratata, Canyon, Agatha, Antonio Ben Chimol, etc.

### ■ Répartition des différents produits du secteur

- Diamants/ pierres précieuses : 30%
- Bijoux en argent : 28%
- Bijoux en or : 10%
- Bijoux fantaisie : 19%
- Montres : 13%

## ■ Les acteurs présents sur le marché

Le marché est dominé par des acteurs internationaux :

- Le leader est le groupe néo-zélandais **Prouds Jewellers Pty Limited** qui avec ses enseignes Prouds Jewellers (230 points de vente), Angus & Coote (140 points de vente) ou encore Goldmark (plus de 100 points de vente), poursuit son expansion et totalise 17,3% de PDM.
- Le second acteur **Michael Hill International Limited** (9,3% de PDM) est également néo-zélandais. À la fois fabricant et détaillant, il possède près de 280 enseignes principalement en Australie, Nouvelle-Zélande et Amérique du Nord.
- Pour le secteur de la bijouterie fantaisie on retrouve quelques enseignes qui poursuivent leur expansion sur le marché : Lovisa, Colette, etc., de plus en plus d'enseignes de prêt-à-porter développent leur gamme de bijoux fantaisie.

## ■ Réglementation

La réglementation australienne est alignée sur les grandes règles internationales et les barrières à l'entrée sont faibles. Les articles importés doivent obligatoirement comporter un certain nombre d'indications en anglais : le pays d'origine, la composition de l'article, les informations sur l'entretien de l'article, etc...

A leur arrivée sur le sol australien, les bijoux fantaisie et de luxe sont soumis à des droits de douane réduits à 5% ; pour les montres, les droits de douane sont à 0%. Tout article est ensuite soumis à la GST (équivalent TVA) au taux de 10% ad valorem. Pour avoir plus de détails sur les droits de douane en Australie, nous vous invitons à consulter la section Customs Tariff du site de la douane australienne : [www.customs.gov.au](http://www.customs.gov.au)

## ■ Les salons professionnels du secteur

- International Jewellery Fair Sydney (bijouterie fine) – [www.jewelleryfair.com.au](http://www.jewelleryfair.com.au)
- Reed Gift Fair (bijoux fantaisies) – Sydney, Melbourne, Brisbane – [www.reedgiftfairs.com.au](http://www.reedgiftfairs.com.au)
- Life Instyle (bijoux fantaisie haut de gamme) – Sydney (février), Melbourne (août) – [www.lifeinstyle.com.au](http://www.lifeinstyle.com.au)
- Australian Jewellery Roadshow – Sydney, Brisbane, Melbourne, Adelaide, Perth (octobre) – [www.ajrshow.com](http://www.ajrshow.com)

### Pour aller plus loin :

Ubifrance Australie vous accompagne sur les marchés à l'export et vous propose une vaste gamme de prestations personnalisées : tests sur offre, missions de prospection, etc.

Retrouvez des informations dans notre [Guide des Affaires](#).

Pour toute information relative à ce secteur d'activité, contacter :

Ariane TOWSE, Conseillère Export, Mode, Habitat, Santé  
Tél. : +61 2 9287 9212 / Email : [ariane.towse@businessfrance.fr](mailto:ariane.towse@businessfrance.fr)

Retrouvez le détail de nos prestations sur [www.ubifrance.fr](http://www.ubifrance.fr)



### © 2014 – Ubifrance

Toute reproduction, représentation ou diffusion, intégrale ou partielle, par quelque procédé que ce soit, sur quelque support que ce soit, papier ou électronique, effectuée sans l'autorisation écrite expresse d'UBIFRANCE, est interdite et constitue un délit de contrefaçon sanctionné par les articles L. 335-2 et L. 335-3 du code de la propriété intellectuelle.

### Clause de non-responsabilité

UBIFRANCE ne peut en aucun cas être tenu pour responsable de l'utilisation et de l'interprétation de l'information contenue dans cette publication dans un but autre que celui qui est le sien, à savoir informer et non délivrer des conseils personnalisés.

Les coordonnées (nom des organismes, adresses, téléphones, télécopies et adresses électroniques) indiquées ainsi que les informations et données contenues dans ce document ont été vérifiées avec le plus grand soin. Toutefois, UBIFRANCE ne saurait en aucun cas être tenu pour responsable d'éventuels changements.

Prestation réalisée sous système de management de la performance certifiée BVC ISO 9001 : 2008

### Auteur :

BUSINESS FRANCE – Bureau de Sydney, Australie

### Adresse :

35th Floor, St Martins Tower,  
31 Market Street,  
Sydney NSW 2000  
AUSTRALIE

Rédigée par : Emilie ROHMER

Revue par : Emilie ROHMER

Version originelle du : 16/04/2015