



BIJOUTERIE : LES ENSEIGNES LES PLUS ATTRACTIVES EN 2024



CONSULTEZ NOTRE
ÉTUDE COMPLÈTE

[Bonial](#) et Ipsos révèlent la première étude dédiée à l'attractivité commerciale des enseignes de la distribution en France, menée auprès de 10 000 consommateurs. Ce baromètre dévoile comment 342 enseignes, réparties sur 16 secteurs, attirent les consommateurs français en magasin. Sur le secteur de la bijouterie, 10 enseignes ont été évaluées selon 11 critères comme la variété de l'offre, le rapport qualité-prix en passant par l'expérience d'achat en magasin.

Le Manège à Bijoux élue l'enseigne la plus attractive – catégorie Bijouterie



Dans le secteur de la bijouterie, l'**indice moyen s'élève à 17,3**. L'enseigne jugée la plus attractive avec un **indice de 23,6** est le **Manège à Bijoux** avec plus de 260 points de vente dans les hypermarchés E. Leclerc. **Histoire d'Or**, se positionne en deuxième position avec un indice de **21,3**. **Pandora** occupe la troisième place du podium avec un indice d'attractivité de **17,3**.

Les écarts-types les plus élevés sur le secteur de la bijouterie sont sur les critères liés au prix : "L'attractivité prix" et le "rapport qualité prix". Ces deux critères d'attractivités ont le plus de disparités sur le secteur et apparaissent donc comme essentiels pour se démarquer.

Les enseignes les plus attractives sur chaque critère d'attractivité commerciale

Le Manège à Bijoux obtient les meilleurs indices sur 5 critères d'attractivité commerciale, notamment liés au prix, les promotions et à la facilité d'accès. **Histoire d'Or** est reconnu pour sa "pertinence de l'offre" et "l'expérience d'achat en magasin". **Pandora** et **Mauboussin** pour des critères liés à l'offre (variété pour l'un et qualité pour l'autre).

L'approche de **Fossil** en matière de "responsabilité sociétale", couvrant l'approvisionnement, la fabrication et l'engagement communautaire, la distingue positivement dans le secteur de la bijouterie.

Critère	Nom de l'enseigne	Indice enseigne	Indice secteur
Rapport qualité prix	Le Manège à Bijoux	37,6	24,0
Attractivité prix	Le Manège à Bijoux	36,8	19,2
Facilité d'accès au magasin	Le Manège à Bijoux	31,8	22,6
Variété de l'offre	Pandora	29,9	25,0
Qualité de l'offre	Mauboussin	29,0	23,5
Pertinence de l'offre	Histoire d'Or	24,1	21,0
Expérience d'achat en magasin	Histoire d'Or	24,1	21,0
Fréquence des promotions	Le Manège à Bijoux	19,4	11,6
Utilité des promotions	CLEOR	15,4	12,3
Générosité des promotions	Le Manège à Bijoux	15,0	10,1
Responsabilité sociétale	Fossil	13,5	10,3

Méthodologie

Échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus de 10 000 personnes.

L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.

Les interviews ont été réalisées du 23 septembre au 8 octobre 2024.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : **"Baromètre réalisé par Ipsos pour Bonial – 1^{ère} édition – Octobre 2024"** et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

Les 10 enseignes – Bijouterie – analysées : **CLEOR, Fossil, Histoire d'Or, Julien d'Orcel, Le Manège à Bijoux, Louis Pion, Marc Orian, Mauboussin, Pandora et Swarovski**

Contact presse



Emily Tamazirt
SENIOR PR MANAGER
emily.tamazirt@bonial.fr
+33 7 69 20 93 87

Bonial est une entreprise de média et de technologies au service des magasins et de leurs clients. Chaque jour, des millions de consommateurs utilisent l'application Bonial pour trouver les meilleures offres autour d'eux et les plus grandes enseignes bénéficient de ses technologies publicitaires pour accroître leur fréquentation. Créée en 2008, la société compte plus de 350 employés dans ses bureaux situés à Berlin et à Paris.

Pour plus d'informations, veuillez visiter [notre site internet](#).



117 quai de Valmy, 75010 Paris - France
Bonial is an Axel Springer SE Company