

LUXE ET TOURISME

Selon les chiffres du spécialiste de la détaxe Global Blue publiés par l'agence de presse Reuters mi-avril, les achats de produits de luxe effectués par les touristes chinois en Europe en mars dernier ont décroché de 23% par rapport à la même période de l'année précédente. Quant à la clientèle russe, ses dépenses se seraient également inscrites à la baisse (-22%). Les attentats perpétrés à Paris et à Bruxelles, les fluctuations monétaires ainsi que la mise en place de visas biométriques dans l'ensemble des pays européens pourraient notamment expliquer cette chute. Les principaux pays touchés sont la France (-29%), l'Italie (-21%) et le Royaume-Uni (-18%).

L'article note également une situation contrastée en Asie : les dépenses des

touristes chinois ont progressé au Japon le mois dernier (+14%) en raison notamment de la baisse du yen et d'une « *expérience d'achat sophistiquée* » et plus modestement en Corée du Sud (+2%). Singapour a enregistré une baisse de 15%.

Enfin, l'article cite les estimations du cabinet Bain & Co concernant les ventes de produits de luxe en Chine pour l'année 2016. La réduction des écarts de prix avec l'Europe attendue (entre 20 et 25% contre 35 à 40 % actuellement) pourrait leur permettre de se redresser. « *Le marché chinois devrait aussi profiter des nouvelles taxes et procédures visant à limiter le marché parallèle des « daigous », revendeurs d'authentiques produits achetés à l'étranger* ».

Journée du Clocher

Nous publions ci-après le communiqué que nous avons adressé à la presse nationale et régionale afin d'annoncer notre partenariat avec le Conservatoire Européen des Cloches et des Horloges (CECH) à l'occasion de la seconde Journée du Clocher, le 16 mai prochain :

« Le 16 mai 2016, nombreuses seront les églises à ouvrir leurs portes et celles de leurs clochers au grand public dans le cadre de la 2ème édition de la Journée du Clocher organisée par le Conservatoire Européen des Cloches et des Horloges d'édifice (CECH) avec notamment pour

partenaire la Chambre Française de l'Horlogerie et des Microtechniques.

Forts d'une première édition 2015 normande réussie ayant rassemblé plus de 2000 visiteurs, les organisateurs de la Journée du Clocher renouvellent l'opération cette année, à grande échelle : plus de 50 communes situées dans les départements des Ardennes, de Côte d'Or, de l'Essonne, du Loir-et-Cher et de Seine-Maritime (voir liste en pièce jointe) ont déjà répondu présentes ; élus, agents municipaux, religieux et bénévoles se mobiliseront également pour accueillir et guider le public dans ces lieux insolites.

>>>

Journée du Clocher (suite)

Cet événement entend :

- faire porter un nouveau regard sur le riche patrimoine campanaire trop souvent méconnu,

- sensibiliser les collectivités territoriales à la conservation et la restauration des horloges d'édifices présentes dans les bâtiments publics et les édifices religieux,

- valoriser les investissements entrepris par les communes pour la préservation et l'entretien de leur patrimoine campanaire rendus possible grâce au savoir-faire séculaire et à l'expertise du campaniste. Reconnu aujourd'hui comme métier d'art, il regroupe l'ensemble des compétences nécessaires : charpentier, horloger, mécanicien, électromécanicien, électricien, électronicien, restaurateur. Les campanistes conçoivent, réalisent, installent, restaurent et entretiennent clochers et horloges d'édifice. A ce titre, la CFHM soutient la démarche engagée par 22 entreprises françaises, dont certaines d'envergure internationale, pour créer un projet d'accord relatif à la

conception, la fabrication et la mise en service des beffrois de cloches permettant d'établir des standards de qualité de fourniture et de prestation.

Le 16 mai, les visiteurs pourront également découvrir que les cloches et horloges d'édifice bénéficient aujourd'hui d'installations électriques leur permettant de sonner et d'être mises à l'heure automatiquement grâce au système de synchronisation horaire. Ce dispositif permet la diffusion d'une heure unifiée, précise et fiable grâce à l'émission d'un signal horaire depuis un émetteur situé à Allouis (Cher) jusqu'à ces équipements par le biais de la fréquence France Inter Grandes Ondes. Cette heure est calée sur la base temps fournie par le Laboratoire national de métrologie et d'essais (LNE-SYRTE) - Observatoire de Paris en collaboration avec l'Observatoire de Besançon. La CFHM assure le financement et la maintenance du signal horaire depuis 2004. »

BAROMÈTRE FRANCÉCLAT-SOCIÉTÉ 5 : MARS 2016

Le mois dernier, le chiffre d'affaires **tous produits horlogerie-bijouterie** a progressé de 4% par rapport à mars 2015. Sur les trois premiers mois de l'année 2016, la tendance est positive : +3%.

Représentant en moyenne 30% de ce chiffre d'affaires, les ventes de **montres** ont bénéficié de cette embellie tant en valeur (+6%) qu'en volume (+2%). En cumul annuel mobile, le prix moyen des montres progresse de 6% (-1% en unités et +5% en valeur).

Il en a été de même pour les ventes de **bijoux en argent, plaqué or, acier et non précieux** (+7% en valeur et en quantité) qui pèsent pour près de 24% dans le chiffre d'affaires tous produits horlogerie-bijouterie. Leur prix moyen a augmenté de 1% à un an d'intervalle (+6% en volume et +5% en valeur).

La situation est plus contrastée pour les **bijoux en or tous titres** qui représentent en

moyenne 39% du chiffre d'affaires tous produits horlogerie-bijouterie. Par rapport à mars 2015, leurs ventes ont progressé de +1% en valeur mais légèrement fléchi en unités (-2%). Sur les douze derniers mois, le prix moyen des bijoux en or 750 a progressé de 3% dans le périmètre bijoutiers-grandes surfaces-grands magasins. Les ventes en unités baissent de 1% et le chiffre d'affaires s'élève de 2%.

Au cours du mois de mars 2016, l'évolution des ventes tous produits horlogerie-bijouterie selon les **réseaux de distribution** constatée depuis plusieurs mois reste la même. Les grandes surfaces enregistrent de nouveau une baisse de leur chiffre d'affaires (-6%). Les horlogers-bijoutiers en ville ont vu leurs ventes progresser de 2%. Les ventes réalisées par les horlogeries-bijouteries en centre commercial ont bondi de 7% et celles des bijouteries fantaisie de 15%.■

Lu sur www.scmp.com le 21/04/2016 - (*South China Morning Post*)

Alibaba's Jack Ma on China's economy, Hong Kong and the South China Morning Post

Lu sur www.shanghaidaily.com le 27/04/2016

Asian fashion brands challenging western labels