



CLUB EXPORT

Le marché polonais

HBJ

12 janvier 2024

Support réalisé et présenté par :



Sommaire



- 1. Quelques chiffres-clés du pays**
- 2. Le marché de la bijouterie et de l'horlogerie**
- 3. Les marques en présence**
- 4. Cartographie de la distribution**
- 5. Presse et salons du secteurs**
- 6. Recommandations d'entrée sur le marché et approche culturelle**
- 7. Témoignage d'un acteur local : LILOU**

1

Quelques chiffres-clés du pays

Quelques chiffres-clés du pays

Nom officiel	République de Pologne (Rzeczpospolita Polska)
Superficie	312 685 km ²
Capitale	Varsovie (1,7 million d'hab.)
Monnaie	Zloty (1€ = 4,33 PLN)
Données démographiques	
Population	37,49 millions
Densité	120 hab./km ²
Espérance de vie	77,9 ans (H : 74,1 ; F : 81,7)
Données économiques	

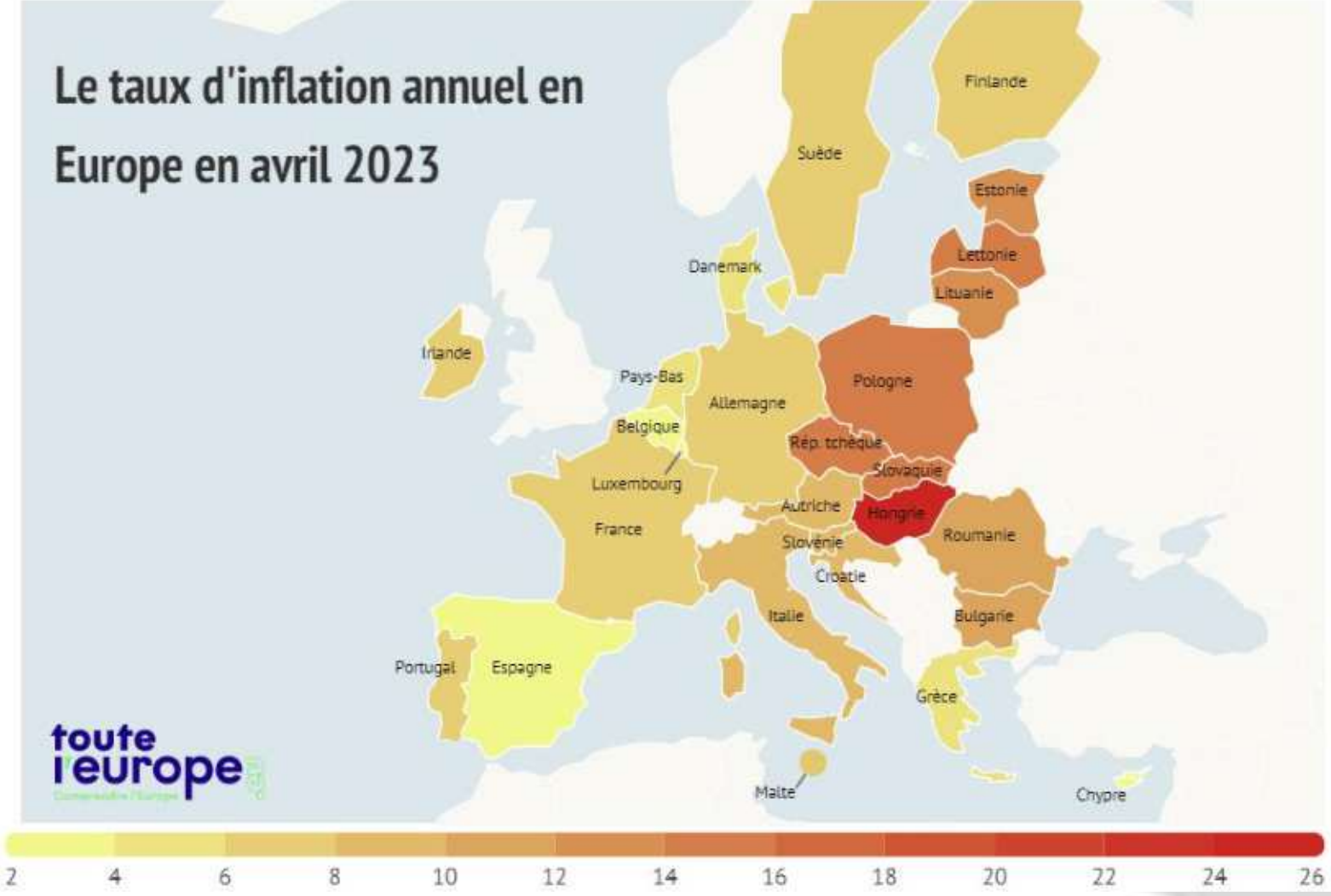


38 millions





Capitale: Varsovie (1,7 millions)



PIB 637,9 Mds € en 2022
Taux de croissance du PIB 5,1% en 2022, 6,9% (2021), -2,7% (2020)
Taux de chômage 5,2% en 2022
Taux d'inflation 11,4 % en 2023
Salaire brut mensuel moyen 6 688 PLN en 2022 (environ 1635€)
Salaire minimum brut mensuel 4 242 PLN en janvier 2024 (environ 987 €)
Importations 396 Md Euros en 2022
Exportations 404 Md Euros en 2022



- Depuis ces 25 dernières années, la Pologne a émergé comme un marché dynamique et est devenue un acteur majeur au sein de l'Europe, se plaçant au 6^{ème} rang parmi les puissances économiques de l'UE.
- La Pologne a été, depuis son adhésion à l'UE en 2004, l'une des économies les plus dynamiques d'Europe centrale et orientale.
- La Pologne est le seul État membre à avoir échappé à la récession en 2009.
- Le pays s'est bien remis de la crise mondiale induite par le Covid-19, le PIB étant revenu à son niveau d'avant la pandémie dès le deuxième trimestre de 2021.

Pouvoir politique

- ❖ Suite aux dernières **élections parlementaires du 15 octobre 2023**, Donald Tusk, ex-président du Conseil Européen, est redevenu Premier ministre, près de dix ans après son dernier mandat.
- ❖ Mardi **le 12 décembre 2023, Tusk a pris la tête d'un gouvernement pro-européen** composé de la Coalition civique (KO, centre-droite), du PSL (agrarien/chrétien-démocrate), Polska 2050 (centre) et Lewica (gauche).
- ❖ Ceci représente ainsi **un grand changement au pouvoir en Pologne**, après 8 ans du règne du parti nationaliste populiste, Prawo i Sprawiedliwosc (PiS, Droit et Justice).
- ❖ Le Président Andrzej Duda, conservateur et allié au parti PiS, finira son mandat en 2025, ce qui ouvre une période de **cohabitation entre le président et le gouvernement** courant les 2 prochaines années.



Le PIB en parité de pouvoir d'achat

- Le PIB en parité de pouvoir d'achat (PPA) en Pologne se place au niveau de 79 par rapport à la moyenne de l'EU-27 de 100.
- En comparaison, la France se place au niveau de 101.
- Le pouvoir d'achat en Pologne est donc toujours en dessous de la moyenne de l'UE, mais il augmente d'une année à l'autre (sauf la difficile année 2020) et la Pologne a déjà devancé en termes de PPA des pays tels que le Portugal ou la Grèce.
- Selon les prévisions économiques, d'ici 2025 la Pologne devrait atteindre le même niveau du PIB en PPA que l'Espagne.

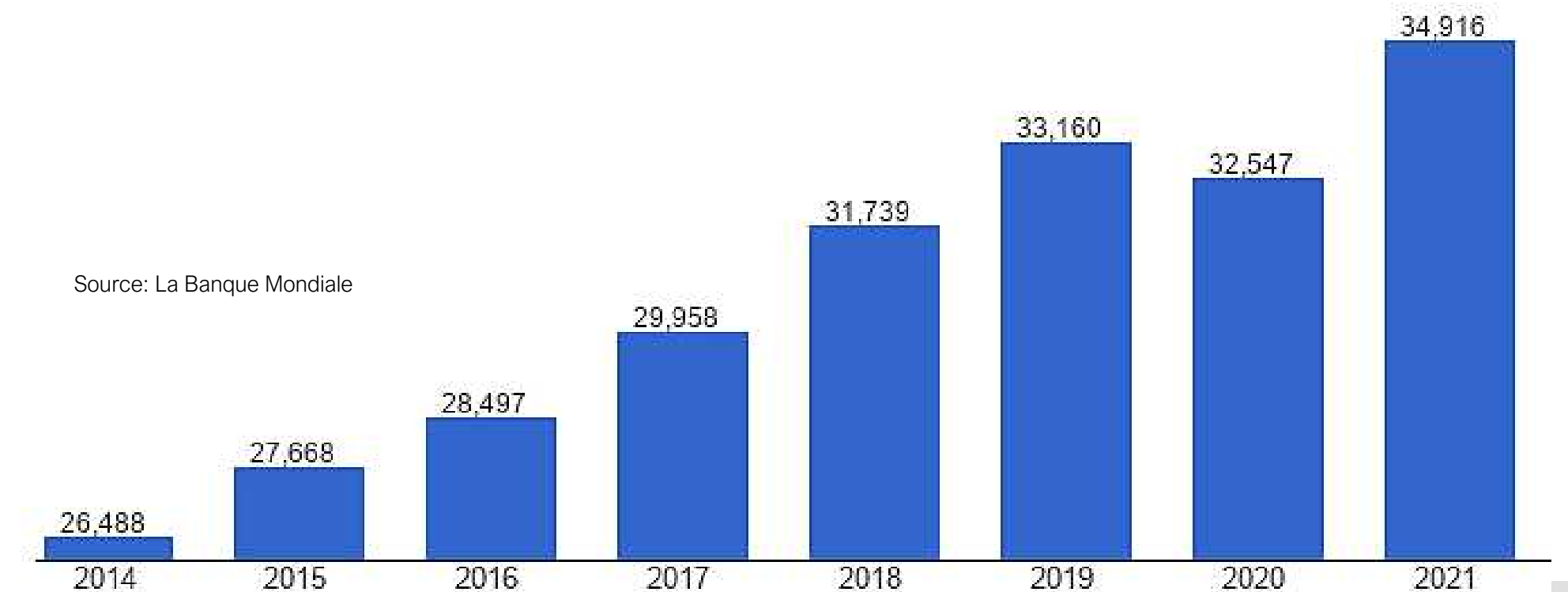


Index of GDP per capita, 2022, (EU=100)
(in purchasing power standards)

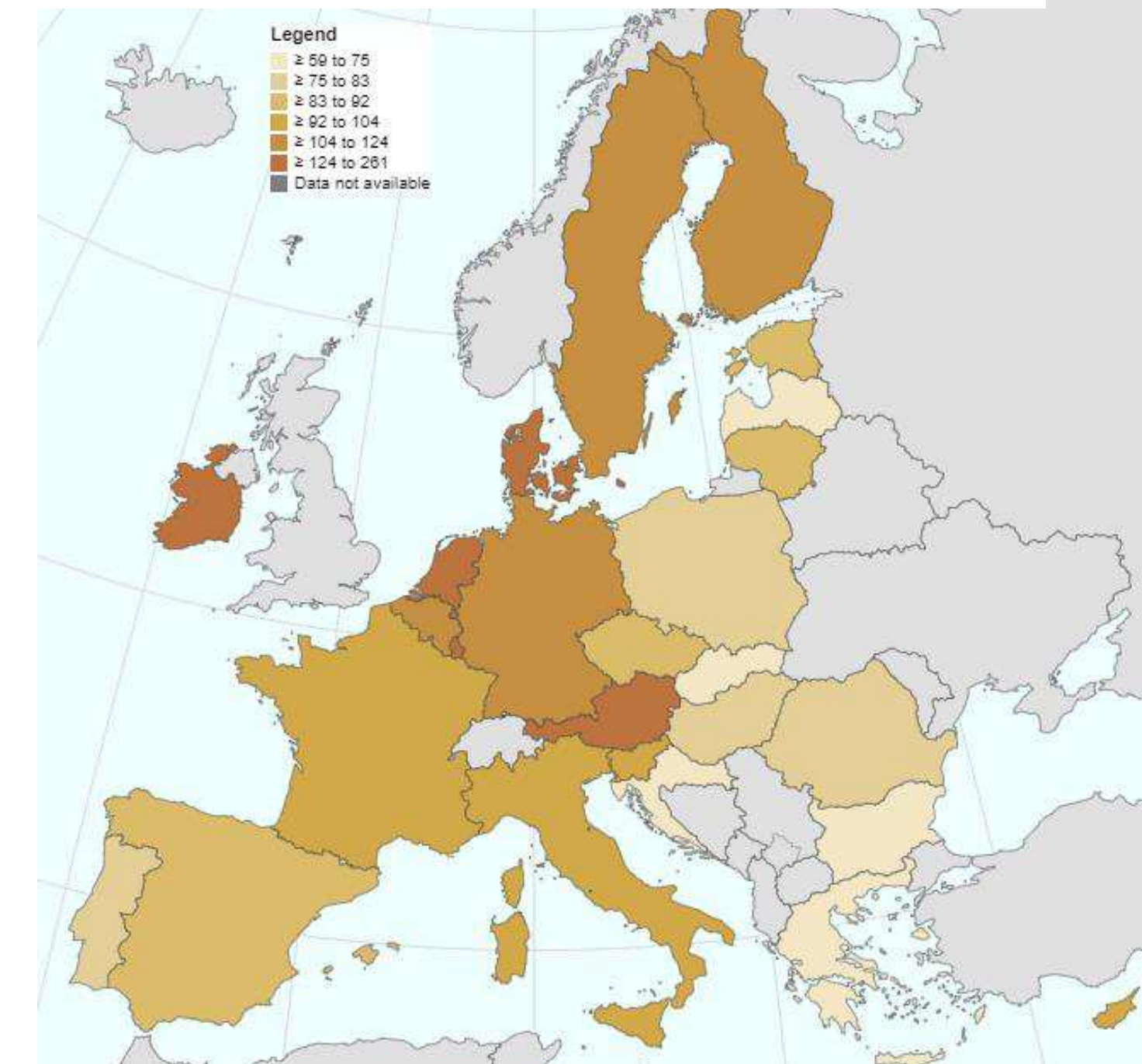


Source: Eurostat (online data code: prc_ppp_ind)

POLOGNE: Croissance du PIB par habitant, en parité de pouvoir d'achat (US \$) :



Source: La Banque Mondiale



eurostat

2

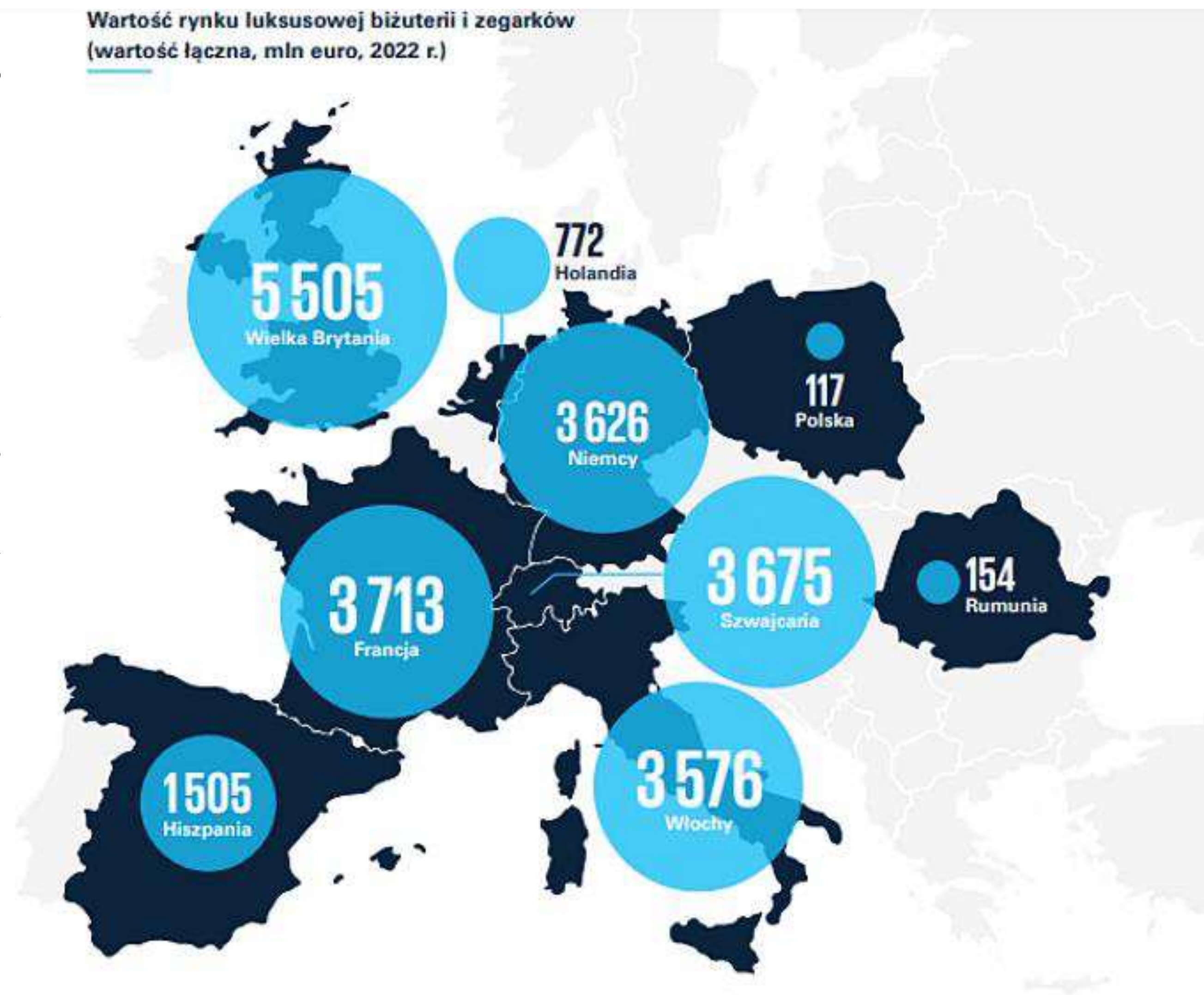
Le marché de la bijouterie et de l'horlogerie

Le marché de la bijouterie et de l'horlogerie en Pologne

- ❖ La valeur des ventes de bijoux et de montres en Pologne en 2022 s'élevait à 540 millions de PLN (env. 117 mln euros), soit une augmentation de plus de 10 % en glissement annuel.
- ❖ La valeur du marché polonais reste plus basse que dans les pays tels que le Royaume Uni, la France ou l'Allemagne, mais il augmente progressivement d'une année à l'autre
- ❖ La **bijouterie fine pour femmes** rencontre la plus forte croissance dans le segment de la bijouterie (+12,4 %), tandis que **les montres pour hommes** sont responsables de la plus forte croissance dans le segment des montres (+8 %).

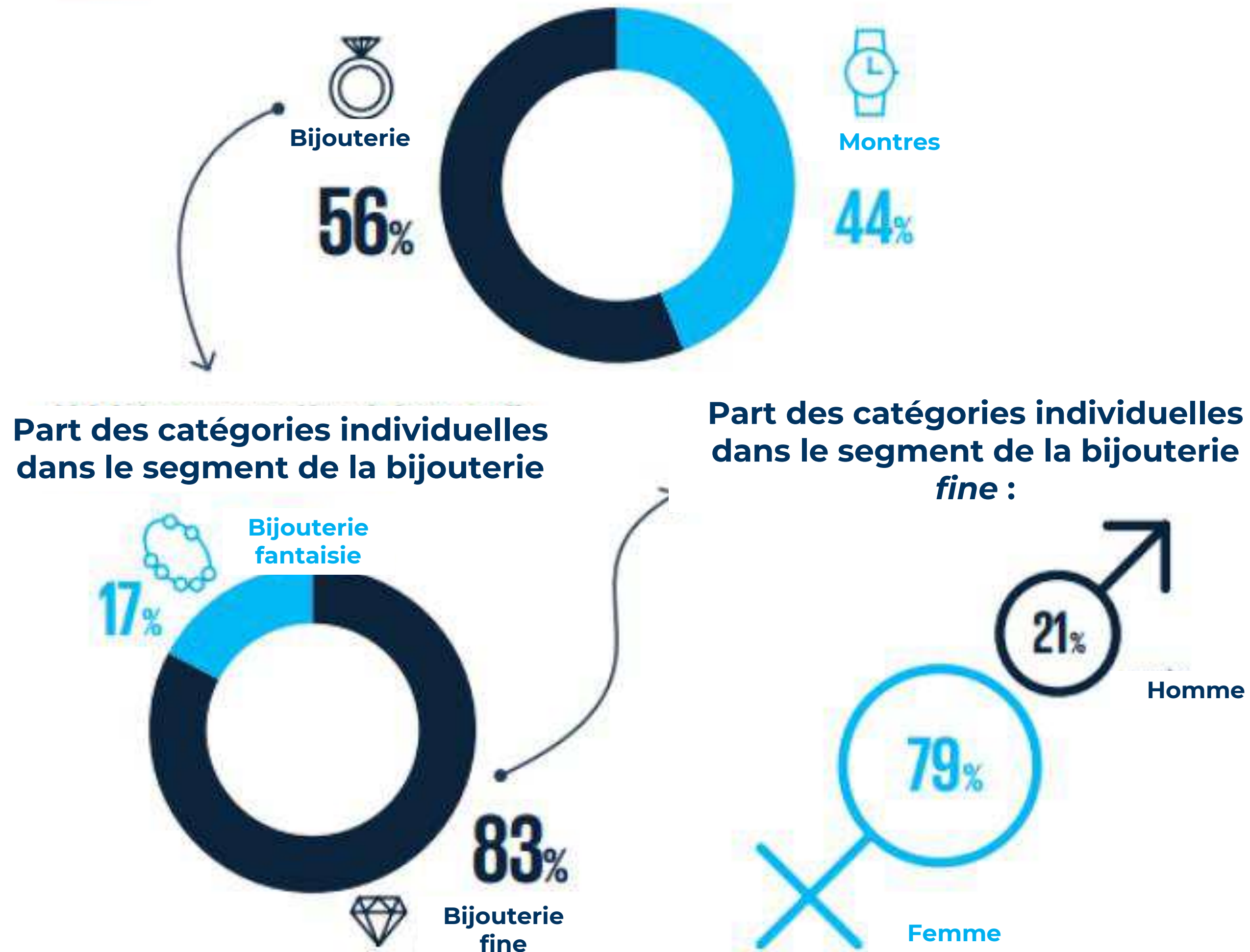


Valeur du marché de bijoux et de montres (par pays, en millions €, 2022) :



La structure du marché

La structure du marché polonais de la bijouterie et de l'horlogerie en 2022 :



Division du marché selon la valeur des ventes:

56% Bijouterie
44% Montres

Dans le segment de la bijouterie, **la bijouterie fine domine largement la bijouterie fantaisie** / de mode.

Près de 80% des ventes dans la bijouterie fine est dédiée aux femmes.

Pour les montres, l'année 2022 a enregistré un record de ventes qui continue de croître Y/Y, contrairement à la bijouterie dont les ventes ont temporairement souffert courant les années pandémiques.

Quelques chiffres du commerce extérieur

Entre 2021 et 2022 :

- ❖ **Les exportations françaises de bijoux en or tous titres ont augmenté de 27 %, et de 7% pour la bijouterie fantaisie** alors que les importations polonaises ont respectivement augmenté de 31 % et 39 %.
- ❖ **Les exportations françaises de montres ont baissé de 55 %** alors que les importations totales polonaises ont augmenté de 10 %

Les principaux pays fournisseurs de la Pologne sont :

- pour les montres : Chine, Suisse, Allemagne, HK, Taiwan; Irlande... la France arrive 13^{ème}
- pour la bijouterie en or tous titres : Turquie, Italie, Chine, Inde, Thaïlande, Espagne... La France arrive 12^{ème}
- pour la bijouterie fantaisie : Chine, Allemagne, Thaïlande, Italie, Inde... La France arrive 7^{ème}



Focus argent :

Les bijoux argent sont surreprésentés en Pologne, comparativement à la France

En 2022, la Pologne a importé :
201 millions d'Euros de Bijoux en or
106 millions d'euros de bijoux en argent
130 millions d'euros de bijoux fantaisie.

Les curiosités du marché

En tant que pays, **la Pologne exporte principalement des bijoux en ambre**, y compris ceux qui sont sertis de métaux précieux, bien que, comme le soulignent les experts, le marché mondial semble déjà saturé de produits en ambre polonais.



Les bijoutiers polonais spécialisés dans la **production d'alliances et de bagues de fiançailles** tels que Stelmach ou Swepol desservent non seulement le marché local, mais aussi de nombreux marchés étrangers









Quant aux **montres** la vaste majorité du marché polonais est **dominée par les marques étrangères**, sur tous les niveaux de prix



Les tendances du marché

Les principales tendances du marché en Pologne :

-  Le vintage à la mode
-  La personnalisation
-  Ventes omnichannel/Le « phygital »
-  Ecologie et développement durable
-  Le low-high (mélanger les marques de luxe aux marques populaires)
-  Croissance de la demande pour les bijoux à diamants*

* De nouvelles marques - Birks du Canada, Hulchi Belluni de Belgique, Serafino Consoli ou Damiani d'Italie - ont fait leur entrée dans les showrooms polonais en 2022.

La situation actuelle favorise l'achat de bijoux, de montres et de diamants. En observant les tendances, les acheteurs polonais considèrent clairement les bijoux et les montres comme le meilleur choix et investissement en capital.



L'amélioration du processus de l'achat



VS



70%

De consommateurs polonais achètent leur bijouterie et leurs montres dans les boutiques

30%

De consommateurs polonais achètent leur bijouterie et leurs montres sur Internet

Bien que la majorité des ventes se fasse encore dans les magasins, l'e-commerce devient de plus en plus important sur le marché de la bijouterie et de l'horlogerie en Pologne.

Aussi, les ventes omnichannel, mariant l'offline à l'online, deviennent désormais clés dans les stratégies de ventes des plus grands acteurs du marché.

Certains acteurs locaux introduisent des innovations au niveau mondial afin d'améliorer l'expérience du choix de la pièce.

Par exemple le bijoutier SAVICKY, à la base champion des ventes en ligne, a créé des **tables d'exposition spéciales**, les TryOn®, qui présentent des répliques fidèles de bagues de fiançailles et d'alliances. Les clients peuvent ainsi tout essayer eux-mêmes, sans la barrière entre le comptoir et la vitrine.



Les bijoutiers locaux (Briju a été le 1er en PL) lancent aussi des **applications d'essayage virtuel** de bijoux.

Avec son téléphone, l'utilisateur voit en détail à quoi il ressemble dans le modèle de choix. Il peut ensuite passer immédiatement une commande et aller chercher le bijou dans le showroom ou commander un envoi.

3 Les marques en présence

Les marques : principalement locales dans la bijouterie, majoritairement étrangères dans les montres

- ❖ Le marché polonais compte **environ 11 500 à 12 000 entreprises de bijouterie**, selon les données, bien qu'il y ait plusieurs centaines d'entreprises en moins chaque année.
- ❖ Le marché de la bijouterie en Pologne est **très fragmenté. Environ 50 à 60 % des entreprises sont des petites et moyennes entreprises** disséminées dans tout le pays, tandis que les acteurs les plus importants du marché sont : **Apart, W. Kruk et YES.**

Apart est la plus grande chaîne de bijouteries en Pologne avec 200 salons et 20% de toutes les ventes de la bijouterie en Pologne.

Le 2^{ème} est W.Kruk, qui existe depuis 1840 et qui est la plus ancienne marque de bijouterie en Pologne, avec 150 magasins. LE 3^{ème} du podium est la marque YES.

Il est important de souligner que W. Kruk est le numéro 1 en termes de ventes de montres, avec 26% du marché.

Parts du marché de la bijouterie en Pologne, en valeur de ventes :

	2017	2018	2019	2020	2021
Apart	18%	18%	17%	20%	20%
W.KRUK	7%	8%	9%	11%	14%
Yes	7%	7%	8%	9%	9%
Pandora (PL)	5%	5%	5%	7%	6%
Pozostali	63%	62%	61%	53%	51%

- ❖ Pandora, une marque danoise de bijouterie fantaisie, détient environ 6% du marché de la bijouterie en Pologne.

Les principales marques de bijouterie

Le marché de la bijouterie en Pologne est concurrentiel, avec environ 50% du marché détenu par des bijoutiers de marque.

Le marché se consolide, le nombre de magasins sans marque diminue et environ 50 bijouteries de marque sont ouvertes chaque année.

Ce sont notamment les marques de bijouterie locales, polonaises, qui dominent le marché.

La plupart des grandes marques possèdent des égéries connues localement (les actrices et d'autres célébrités)



APART
Z MIŁOŚCI DO ŻEŃNA

W.KRUK
1840

YES

briju
od 1920

JUBITOM
JEWELLERY SINCE 1944



Les plus forts en communication

- ❖ Parmi les TOP 10 marques les plus populaires sur les médias sociaux on trouve – à part les 3 leaders dominant le marché – des marques locales plus jeunes, pas forcément les plus importantes en termes de valeur des ventes



- ❖ En effet, une présence dans les médias modernes est clé dans la construction de la renommée de la marque localement



TOP10 #Instagrama Kategoria: polskie marki jubilerskie

	Nazwa		Liczba obserwujących
1.	Sara Boruc Mannei	@sinbymannei_com	228 814
2.	Lilou	@bemylilou	107 531
3.	Apart	@bizuteriaapart	36 866
4.	YES	@bizuteriayes	35 830
5.	W.KRUK	@wkruk1840	18 281
6.	Magdalena Frackowiak Jewelry	@magdalenafrackowiakjewelry	14 444
7.	Mokobelle	@mokobellejewellery	14 190
8.	By Dziubeka	@bydziubeka	12 352
9.	ATdiament	@atdiament	10 139
10.	Ania Kruk	@aniakruk_official	6 932

Źródło: NapoleonCat.Com, 30.11.2016

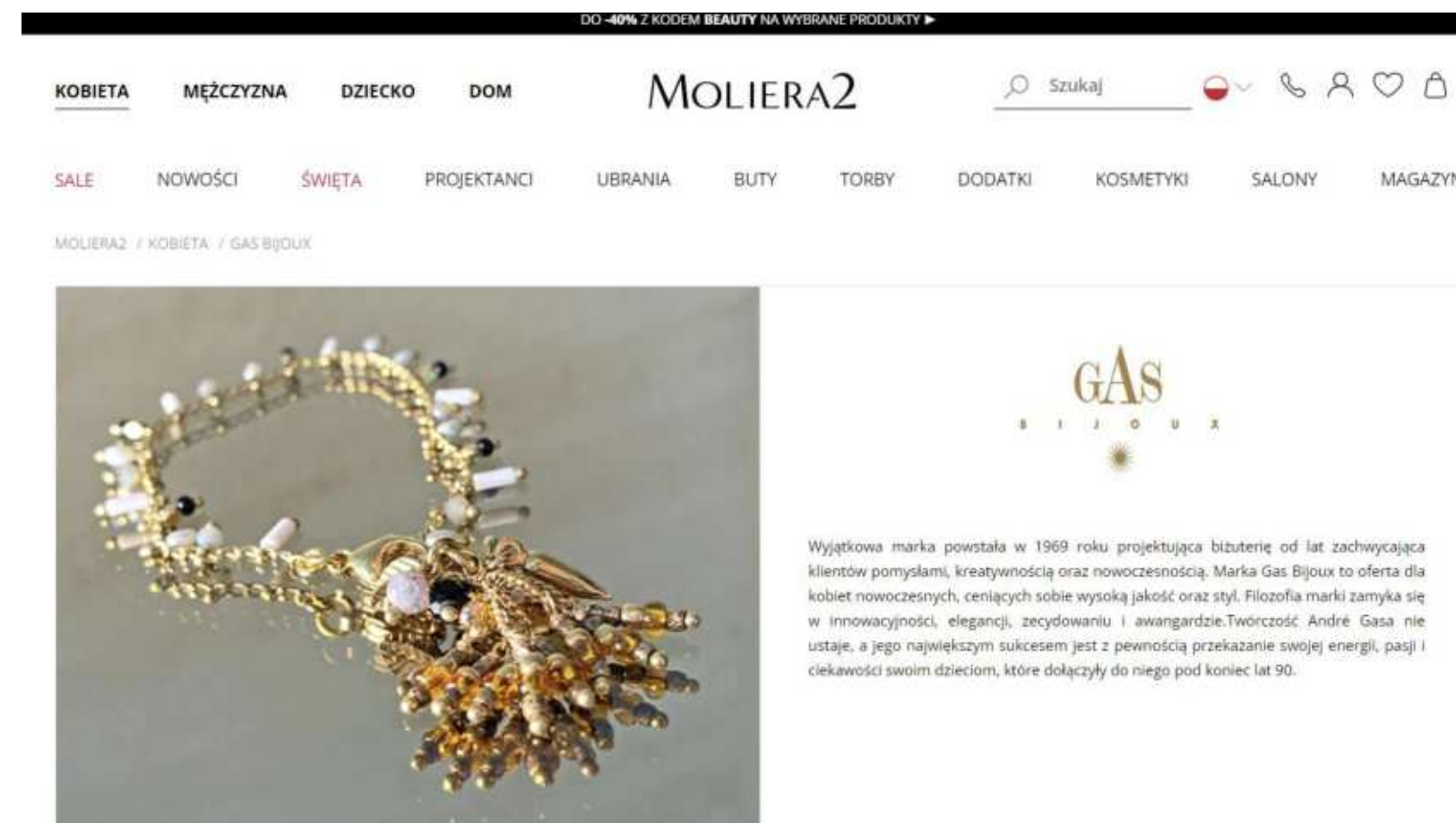
La présence des marques étrangères de bijouterie

- ❖ En parallèle, on trouve les grandes marques internationales de bijouterie fine tels que Chopard, Gucci dans l'offre des leaders du marché, chez W. Kruk notamment.



- ❖ Les autres, plus de niche et moyen/haut de gamme sont disponibles dans les boutiques multi-marques, spécialisées soit uniquement dans la bijouterie, soit dans la mode :

GAS Bijoux est vendu à la plus connue en Pologne boutique de luxe multi-marques, Moliera 2 :



<https://www.moliera2.com/manufacturer/1/gas-bijoux-2065>

Les marques françaises vendues à la boutique de joaillerie HOS à Varsovie :



3 concept-stores :

<https://mysia3.pl/en/>
<https://locum-concept.pl/product-category/bizuteria/>
<https://warsawconceptstore.pl/kategoria/bizuteria/>

<https://www.hosandme.pl/marki/>

Les principales marques d'horlogerie

La situation est très différente sur le marché de l'horlogerie, dominé en Pologne par les marques étrangères (sauf quelques marques locales plutôt de niche)

Ce sont toujours les mêmes principaux acteurs, surtout W. Kruk et Apart, et 2 autres enseignes multi-marques spécialisés dans l'horlogerie, Time Trend et Zegarownia, qui proposent un large éventail de marques

Les prix varient, allant de « jusqu'à 500 PLN/115 € » à des dizaines de milliers de PLN

W. KRUK
1 8 4 0

Nombre de marques disponibles :
50

APART
Z MIŁOŚCI DO PIĘKNA

Nombre de marques disponibles :
46



La marque française YEMA chez W. Kruk

**TIME
TREND**

Nombre de marques disponibles :
103

ZEGAROWNIA
AUTORYZOWANY SKLEP Z ZEGARKAMI

Nombre de marques disponibles :
127

Les principales marques de l'horlogerie

Que ce soit en ligne ou dans les showrooms, **les marques sont classées par catégories: standard, premium, fashion, indépendant** (Yema et LIP, les deux français, sont disponibles chez W. Kruk dans la catégorie « indépendant »), voire **smartwatches**.

Aussi, le tri peut se faire en termes de prix, de type de mécanisme, de sexe H/F et en ordre alphabétique.

W. KRUK
1 8 4 0

ZEGAROWNIA
AUTORYZOWANY SKLEP Z ZEGARKAMI

ZEGARKI LUKSUSOWE

ROLEX
Patek Philippe
Bulgari
Cartier
Chopard
Hublot
Jaeger LeCoultre
Panerai
Franck Muller
Omega
Tudor

ZEGARKI



TAG Heuer
Longines
Oris
Doxa SUB
Rado
Frederique Constant
Epos
Raymond Weil
Gucci
Certina
Tissot
Aviator
Atlantic
Doxa

Swatch
Junghans
Garmin
Seiko
Citizen
Orient
Herbelin
Carl von Zeyten
G-Shock
Vostok Europe
Timex
Sector
Smartwatch
Końcówki Kolekcji

ZEGARKI FASHION

Tommy Hilfiger
Hugo Boss
Fossil
Armani Exchange
Skagen
Michael Kors
Emporio Armani
Guess
August Berg

MARKI NIEZALEŻNE

Balticus
Lip 
Yema 

adidas Originals
Adriatica
Aerowatch
Alfex -40%
Alpina
Appella
Armani Exchange
Atlantic
Avi-8
Aviator
Ball
Balticus
Bauhaus
Bering
Bisset
Btonie
Boccia Titanium
Bowa
Bulova
Candino
Carl von Zeyten
Casio

Casio VINTAGE
Cerruti 1881
Certina
Ciga Design
Citizen
Cluse
Coros
D1 Milano
Daniel Wellington
Davosa
Delbana
Diesel
DKNY
Doxa
Doxa SUB
Eberhard
EDIFICE
Emporio Armani
Epos
Festina
Fortis
Fossil

Frederique Constant
Furla
Garett
Garmin
Glycine
Guess
G-SHOCK
Hanowa
Herbelin
Huawei
Hugo
Ice Watch
Ingersoll
Inventic
Invicta
Iron Annie
Jacques Lemans
Jaguar
Junghans
Junkers
Laco
Lacoste

Lee Cooper
Lip
Locman
Lorus
Luminox
Manta
Marea
Maserati
MeisterSinger
Meller
Michael Kors
Montjuic
MVMT -40%
Nautica
Obaku
Orient
Orient Star
Oris
Out of Order
Pacific
Paul Hewitt
Paul Rich

Perfect
Pierre Ricaud
Plein Sport
Polar
Police
Pulsar
Puma
Q&Q
Roamer
Rosefield
Rubicon
Schaumburg
Seiko
Sekonda
Skagen
Spinnaker
Strand by Obaku
Sternglas
Suunto
Swatch
Timberland
Timex

Tissot
Tommy Hilfiger
Traser
U-Boat
Vector Smart
Venezianico
Versace
Versus Versace
Victorinox
Vostok Europe
Vratislavia Conceptum
Wenger
Wolf
Xiaomi
Xicorr
Yema 
Zeppelin

Les principales marques de l'horlogerie

La Pologne a fait un pas de géant au cours de la dernière décennie: presque tous les fabricants populaires et respectés sont maintenant disponibles en Pologne



Les fabricants indépendants sont également de plus en plus nombreux à envisager de s'implanter en Pologne, ce qui témoigne d'une certaine maturité et du potentiel de notre marché.

Dans la catégorie de marques de luxe, les plus populaires en Pologne sont notamment :

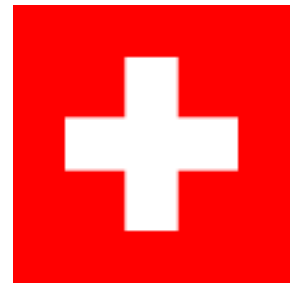
- Rolex
- Omega
- TAG Heuer
- Longines
- Rado
- Frederique Constant

Dans la catégorie de marques standard et de mode :

- Bering
- Festina
- Fossil
- Calvin Klein
- Cluse
- Adriatica
- Atlantic
- Casio (dont G-Shock)
- Timex
- Michael Kors
- DKNY

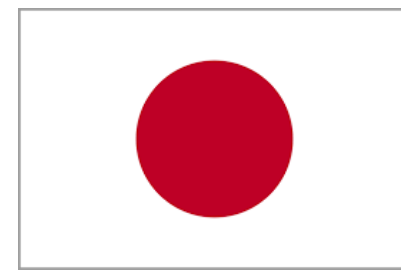
Les principales marques de l'horlogerie

Les plus populaires marques en Pologne selon le pays d'origine (tous niveaux de prix) :



Suisse

Tissot
Certina
Atlantic
Longines
TAG Heuer
Rolex
Breitling
Tudor



Japon

Casio
Seiko
Orient
Lorus
Citizen
Credor



Pologne

Balticus
Blonie
Xicorr
Polpora
Gerlach



Etats- Unis

Timex
DKNY
Calvin Klein
Tommy Hilfiger
Michael Kors



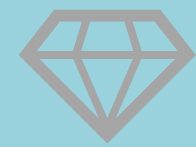
Allemagne

A. Lange & Söhne
Nomos
Union Glashütte
Stowa
Glashütte Original

4

Cartographie de la distribution

Cartographie de la distribution



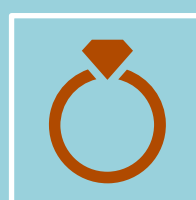
Le marché polonais de la bijouterie et de l'horlogerie est dominé par les quelques plus grandes chaînes de magasins : Apart, W. Kruk, Yes et pour les montres également Time Trend et Zegarownia.



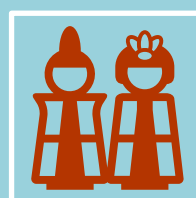
En parallèle, il existe de nombreux grossistes et distributeurs indépendants qui vendent des montres et des bijoux en B2B et en ligne en B2C.



Les marques étrangères de montres sont distribuées dans les enseignes multi-marques (soit exclusivement dans un seul enseigne, soit dans quelques-uns). Certaines, comme le groupe Swatch, ouvrent leurs propres boutiques, mais c'est pratiqué à une petite échelle.



Pour la bijouterie surtout fantaisie, parfois les marques étrangères développent leur propre réseau de boutiques. L'exemple le plus connu est Pandora. L'acteur qui développe rapidement depuis 2022 le réseau de ses boutiques en Pologne et la marque australienne Lovisa.



Les marques de bijouterie fine et fantaisie haut de gamme sont disponibles dans des boutiques de luxe multi-marques.

5

Presse et salons du secteur

Presse et médias spécialisés

- ❖ **POLSKI JUBILER (Bijoutier Polonais)**

<https://www.polskijubiler.pl/>

Le magazine de l'industrie de la bijouterie publié depuis 1997. Il est actuellement le magazine interentreprises le plus influent du secteur de la bijouterie, de l'horlogerie et de l'orfèvrerie en Pologne, patron des événements sectoriels

- ❖ **ZEGARKI & PASJA (Montres & Passion)**

<https://zegarkiipasja.pl/>

Portail spécialisé en horlogerie, publie un magazine trimestriel gratuit

- ❖ **ChRONO24.pl**

<https://ch24.pl/>

Portail de référence sur l'horlogerie. Publie annuellement le ranking de la montre de l'année, co-ridige d'autres publications telles que Watches & Jewellery de Vogue Pologne

- ❖ **JUBILERZY (Bijoutiers)**

<https://jubilerzy.info.pl/>

Portail dédié aux professionnels de la bijouterie



❖ JUBINALE

<https://jubinale.com.pl/>

JUBINALE est le principal événement de l'industrie de la bijouterie en Europe centrale. Tenu 2 fois par an, à Cracovie et à Poznan

Prochaine édition: 24-26.02.2024, Poznan

❖ AMBERIF

<https://amberif.pl/en/>

Amberif est une foire internationale de l'ambre, de la bijouterie et des pierres précieuses qui se tient chaque année à Gdansk, en Pologne. Elle est considérée comme la plus grande foire commerciale de l'ambre au monde.

Prochaine édition: 21-23.03.2024, Gdansk

❖ GOLD EXPO WARSAW

<https://tjexpo.pl/>

Une foire commerciale dédiée à l'industrie de l'or et de la bijouterie, visant à établir des relations avec des contractants existants et potentiels. Organisé par la Fondation pour le développement de l'industrie polonaise de l'orfèvrerie et de la bijouterie.

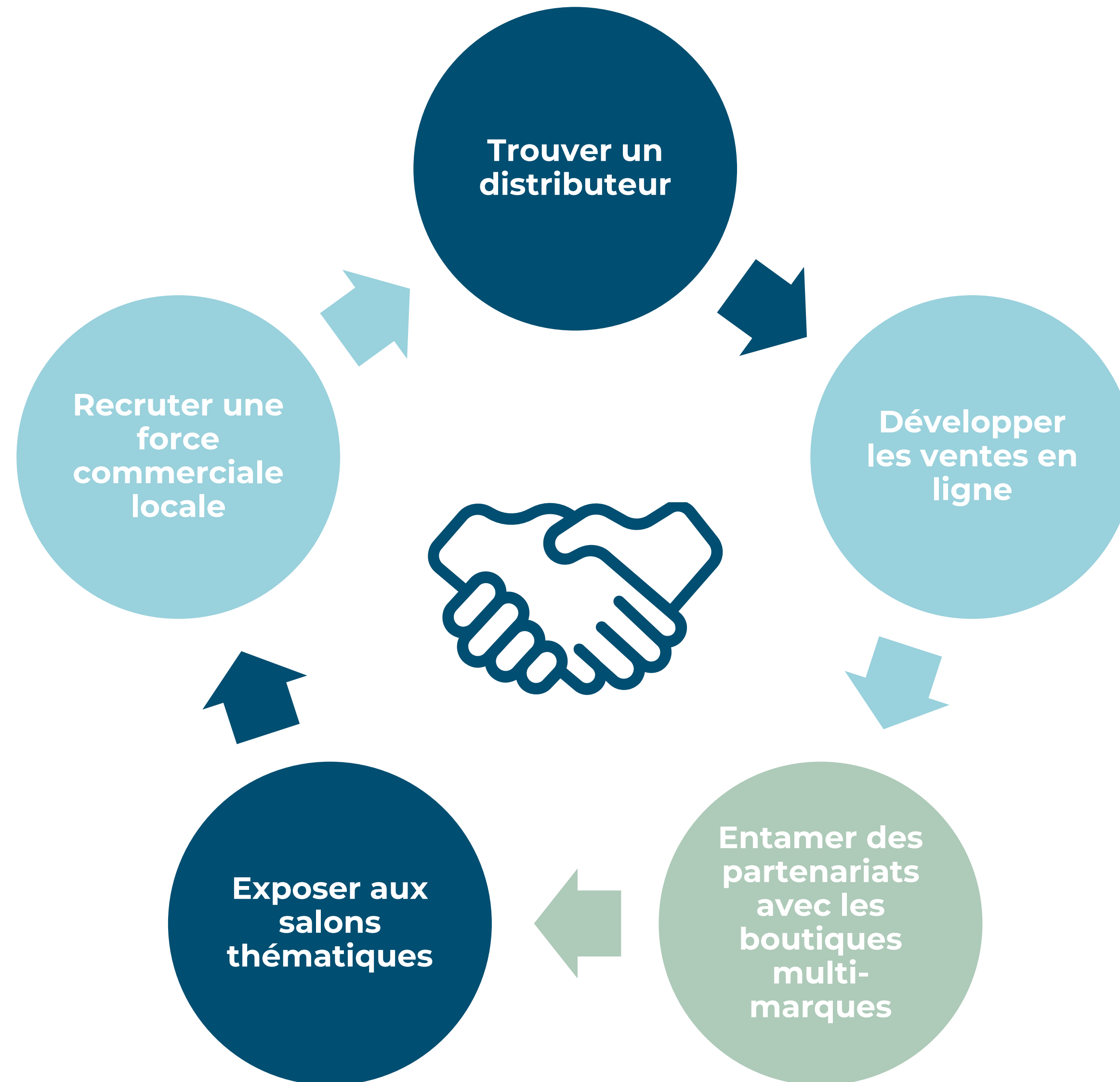
Prochaine édition: octobre 2024, Varsovie



6

Recommandations d'entrée et approche culturelle

Recommandations d'entrée



Spécificités culturelles / Doing business

- Résilients (traumas histoire)
- Pragmatiques, s'adaptent vite !
- Opportunistes dans les relations
- Importance du moment présent (ce que je peux gagner/obtenir...)

- Difficultés à communiquer (oral plus simple)
- Savent acheter et comparer. Importance du Prix !

- Les femmes sont importantes dans la vie professionnelle



Premier RDV :

- Importance de la ponctualité
- Importance de la présentation formelle (vestimentaire, cartes de visite)
- Réserve, méfiance au début (« la peau d'orange ») qui disparaît assez vite (on ne parle pas famille ou philosophie de la vie)
- Français toujours très bien accueillis, sont admirés.

Spécificités culturelles / Doing business

<u>Bonnes Pratiques</u>	<u>Pratiques risquées</u>
Être ponctuel et courtois	Faire patienter trop longuement son partenaire d'affaires pour lui rendre une décision
Manifester un intérêt pour la culture, l'histoire	Aborder pendant le RDV des sujets suivants: religion, politique
Connaître le nom de votre interlocuteur	Vouloir imposer ses méthodes de travail

Il est important de ne pas trop faire attendre ses partenaires qui n'hésiteront pas à se tourner vers la concurrence ou cessera de manifester un intérêt à la collaboration.
Par ailleurs, un «NON» n'est pas forcément définitif.

Spécificités culturelles / Doing business

Les clés de succès

- Bien estimer son potentiel marché
- S'adapter au marché
- Ténacité
- Présence locale (RH)
- S'adresser à des experts



Les écueils à éviter

- Sous-estimer l'interculturel
- S'implanter sans connaître le marché et ses concurrents
- Sous-estimer le temps d'adaptation et la compréhension du marché
- Sous-estimer le facteur prix



7

Témoignage d'un acteur local

Témoignage d'un acteur local : LILOU



M. Mateusz Motyczyński
Managing Director

LILOU

lilou.pl/

Lilou®



Our story

Born in Warsaw, educated in French schools, Magda began her career as a journalist and quickly became part of the rising creative generation in Poland. Working for TV, Elite Model Look contest and with the press, she soon moved to the PR industry where she partnered with fashion designers for runway shows and developed an eye for accessories and jewelry, her passion.

Unable to find anything unique, she developed her own jewelry with personal engravings for her loved ones as a hobby and received increasing requests from her friends, family and even strangers.

LILOU – a boho French name embodying effortless style – was born.

The concept allowing Signature pieces with unique charms to be engraved includes bracelets, statement earrings, stackable rings and sophisticated handbags at affordable prices. LILOU is about collecting beautiful moments. Celebrities and a growing fan base have contributed to the development and the reputation of the brand.

LILOU opened its first flagship in Warsaw in 2009 and in Paris on boulevard Saint Germain in 2012.

The sophisticated stores are unique to each location and include an embedded atelier allowing immediate hand engraving of signature pieces.

In 2009 Magda was recognized as one of the most talented business woman of the year by Glamour Magazine and received the Woman of The Year award.

The brand has expanded to over 40 stores with the latest openings in Germany in Dusseldorf, Münster, Aachen.

LILOU's philosophy includes social responsibility and helping people in need. The brand cooperates with the Beautiful Angels Association and together have completed 40 successful house and room renovations for children from families living in poverty.

LILOU raises funds with the DKMS Poland Foundation for potential bone marrow donors testing. The brand has supported the annual DKMS Gala in New York and is actively participating to the annual donations.

Married to a French entrepreneur and businessman, Magda and Yves are parents to 3 boys, live between Warsaw and Palma de Mallorca (Spain) and travel extensively for their business and as part of a globetrotter family.

WARSAW

44

stores



PARIS

Kolekcja Cosmos

Zobacz



Nowości

- [Bransoletki](#)
- [Kolczyki](#)
- [Naszyjniki](#)
- [Pierścionki](#)
- [Akcesoria](#)

Nowości

Liczba produktów: 97

Filtry
 Wszystko



Kolczyki modułowe Cosmos z szarymi perłami pozłacane

419,00 zł



Pierścionek Cosmos z białą perłą no.2 pozłacany

229,00 zł



Pierścionek Cosmos z białą perłą no.3 pozłacany

279,00 zł



Pierścionek Cosmos z szarą perłą no.1 pozłacany

189,00 zł



Pierścionek Cosmos z białą perłą no.4 pozłacany

229,00 zł



Pierścionek Cosmos z szarą perłą no.4 pozłacany

229,00 zł



Kolczyki Cosmos z białymi perłami pozłacane

289,00 zł



Kolczyki Cosmos z szarymi perłami pozłacane

289,00 zł



Kolczyki sztyfty Cosmos z białymi perłami pozłacane

319,00 zł



Lilou in Social media

 bemylilou 497 000 fans

 bemylilou 220 000 fans

Worldwide



be my LILOU ✓
Polubienia: 500 tys. · 497 tys. obserwujący


Wyślij wiadomość

Posty Informacje Zdjęcia Filmy Wzr

Szczegóły

- Strona · Biżuteria/zegarki
- 22 460 47 77
- e-sklep@lilou.pl
- lilou.pl

be my LILOU ✓
1 d ·



bemylilou ✓

5221 Posty 220 tys. Obserwujący 432 Obserwowani

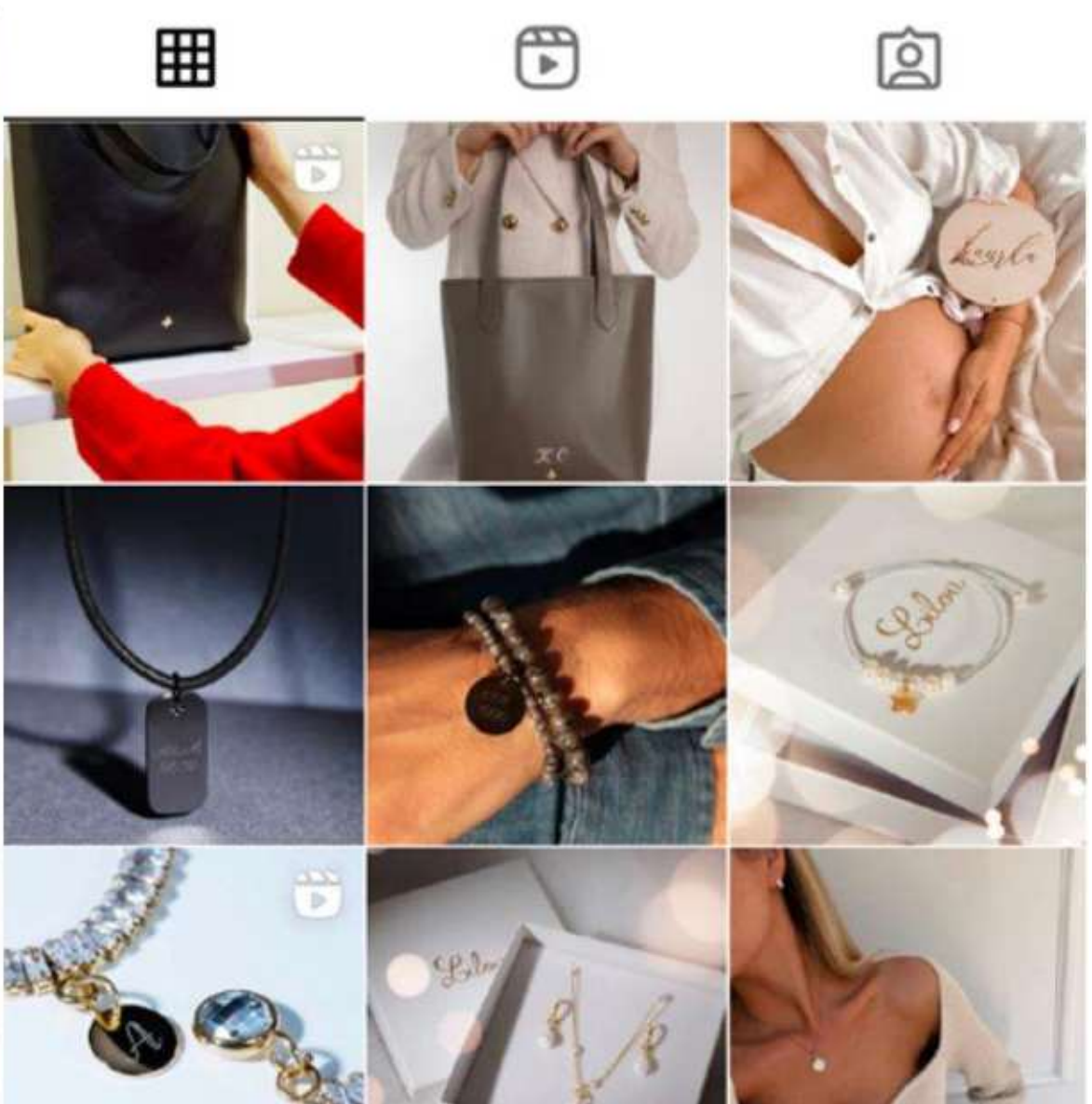
Lilou Jewelry | Global
Biżuteria/zegarki
Marka unikatowej biżuterii i akcesoriów stworzona przez Magdalenę Mousson-Lestang. Talizmany personalizowane grawerunkiem. 100% pięknych emocji.

lilou.pl

NEW IN! Stars NEWS KONKURS WED
Nowości ✨ Gwiazdy Co u nas Wyniki 🏆 Śluz

Zobacz sklep

Obserwujesz Wiadomość Kontakt





All our models

OWN CREATIONS

TOTAL PERSONALIZATION

GOLD 585

GOLD-PLATED 23 CARATS

925 SILVER

GEMSTONES

Lilou Stars



SANDRA BULLOCK
International actress

EVA LONGORIA
International actress



HALLE BERRY
International actress



NICOLE SCHERZINGER
International singer

ALICIA KEYS
International singer



AGNIESZKA RADWAŃSKA
Tennis player



ANNA JAGODZIŃSKA
International top model

PARIS JACKSON
International actress



IGA ŚWIĄTEK
Tennis player



Lilou in the most reknown
international
FASHION MAGAZINES





Des questions ?





www.valians-international.com



valians@valians-international.com

**Merci de votre
attention**

PARIS

22, avenue Franklin Roosevelt
75008 PARIS
Tél : 01 53 77 29 00

BESANÇON

39, avenue de l'Observatoire
25003 BESANÇON
Tél : 03 81 53 99 00

www.franceclat.fr

