



# Eclairer Connecter Développer

# Avant-propos

“

La crise sans précédent que nous avons tous dû affronter depuis le mois de mars 2020 a mis à rude épreuve les organisations - entreprises comme syndicats professionnels et Francéclat - et celles et ceux qui les portent au quotidien. Ajuster le cap dans la tempête, en gardant une main ferme sur le gouvernail, a révélé notre capacité à faire pivoter avec agilité Francéclat pour répondre au plus près et au plus vite aux nouveaux enjeux nés de la crise, tout en respectant les engagements de notre contrat de performance 2020-2023 incarnés par les lignes de force : Créer en France, Produire en France, Distribuer en France et Rayonner à l'international. Dès le début du premier confinement, la cellule de crise rassemblant autour de Francéclat les organisations professionnelles des filières de l'horlogerie-bijouterie et des arts de la table a permis de partager les remontées terrain et la réponse à apporter aux inquiétudes et besoins ainsi exprimés, avec entre autres de nombreux webinaires à forte audience. Cette souplesse et pertinence ont été efficaces et bien perçues par les professionnels, vous avez été nombreux à nous le dire. Merci à vous, la confiance renouvelée en Francéclat nous a galvanisés.

Collectivement, deux axes majeurs ont été priorités : la communication collective en faveur des bijoux précieux et des arts de la table, d'une part, et la mise au point d'un fonds sectoriel destiné à soutenir le développement des PME de nos secteurs par des apports en fonds propres, d'autre part. Francéclat a lancé en 2020 deux nouvelles campagnes qui ont été très appréciées : là encore, c'est vous qui nous le dites. Elles sont efficaces également : le rebond des

ventes que vous avez enregistré après chaque confinement en témoigne. Tous les secteurs n'ont pas connu un tel dynamisme, pensons à l'habillement par exemple.

Cette période zébrée de paradoxes et de doutes s'est également avérée féconde en nouvelles expérimentations et expressions. Francéclat a fait sa mue en communication augmentée pour démultiplier les moments de partage et de découverte de solutions, pour vous informer très régulièrement. De nombreux emailings, un compte LinkedIn à l'audience décuplée, un nouveau site [www.franceclat.fr](http://www.franceclat.fr) particulièrement riche en actualités, un rapport d'activité très largement diffusé (c'est le deuxième que vous tenez ainsi entre vos mains) et un extranet en bêta-test auprès de certains d'entre vous sont autant d'occasions et de moyens pour échanger avec vous et rester proche de vos préoccupations. Cette mutation, Francéclat la vit intensément également avec l'intégration de nouvelles compétences au sein de notre équipe, avec de nouveaux modes de fonctionnement et d'action encore plus collaboratifs et la transformation associée de nos locaux qui, en réduisant notre empreinte immobilière, dégage de nouvelles ressources affectées à notre mission de service public.

Cette réinvention de Francéclat se veut une ouverture à toujours plus d'interactions, de proximité, d'engagement et d'efficacité. Elle donne lieu à une nouvelle expression de notre raison d'être qui est développée au fil des pages de ce rapport d'activité. Éclairer, connecter, développer : trois verbes d'action dédiés au développement de votre entreprise.

”



A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'H. Buffet'.

Hervé Buffet  
Délégué général de Francéclat



Accélérateur de développement, Francéclat a pour vocation de faire grandir et rayonner durablement les filières de l'horlogerie, de la bijouterie-joaillerie et des arts de la table en France et dans le monde entier.

La mission de service public de Francéclat, financée par les 13 000 entreprises des 3 filières, s'articule autour de 3 grands pôles :

# Eclairer

Francéclat décrypte les marchés, analyse les mouvements, explore les tendances, pour vous proposer les outils d'analyse et de prospective les plus performants.

Francéclat provoque des rencontres tout au long de l'année pour rassembler, nourrir les liens et faciliter les partages d'expériences entre les professionnels des 13 000 entreprises des 3 filières.

# Connecter

# Développer

Francéclat accélère le développement des filières, dynamise la création, stimule l'innovation et fait rayonner vos savoir-faire en France et dans le monde entier.



# Sommaire

Avant-propos	02
Francéclat en bref	03
Faits marquants 2020	05

## Eclairer 06

Veilles créatives et cahiers d'inspiration	07
Veilles techniques, réglementaires et industrielles	14
Études et statistiques	19
Conférences, webinaires et podcasts	24

## Connecter 28

Rencontres d'affaires	29
Formation et accompagnement	32
Ateliers de réflexion collective	37

## Développer 40

Communication et promotion	41
Performance industrielle	50
Qualité et certification	56
Financement	59
Autres actions de développement	61
Remerciements	62

---

## Première promotion de l'Accélérateur mode & luxe **32**

À la croisée entre accompagnement individuel et dynamique collective, l'Accélérateur mode & luxe rassemble des entreprises de la filière et vise à nourrir la réflexion stratégique pour une accélération du développement. Une initiative très appréciée des premiers participants !

---

## Deux nouvelles campagnes de communication **41**



---

## Actions fonds propres **59**

Conscients que les fonds propres d'une entreprise constituent un enjeu majeur pour sa pérennité, nous avons travaillé à déployer les dispositifs nécessaires pour étendre la démarche de renforcement des fonds propres aux acteurs des filières bijouterie-joaillerie et arts de la table.

---

## Lancement du Club Export **34**

Diagnostic, coaching individualisé et partage d'expérience : un sans faute pour cette première promotion 2020-2021!

---

## Digi 1000 **36**

Une plateforme pour diagnostiquer et accompagner votre digitalisation. Vous n'aurez plus d'excuses pour ne pas vous lancer!

# Faits marquants 2020

## Les 10 points à retenir de l'année 2020

Malgré un contexte sanitaire complexe, l'année 2020 a été l'occasion de lancer un certain nombre de nouveaux projets. Elle a aussi exigé souplesse, adaptabilité et réactivité afin d'adapter nos actions et vous accompagner au mieux dans les tumultes d'une actualité mouvante.

---

## Les montres françaises à l'unisson **37**

Une réflexion collective pour un positionnement commun, et une étude de notoriété et d'image sur le marché chinois.

---

## Digitalisation des outils de veille créative et d'inspiration **09**



---

## Fabrication additive : les premiers proof of concept **14**

Permettre à nos ressortissants fabricants de rester à la pointe!

---

## REACH en entreprise étendu aux arts de la table **18**



---

## Webinaires : moments d'échanges et bonnes pratiques **25**

Les actions de Francéclat en 2020  
pour décrypter vos marchés, explorer  
les tendances et vous proposer des outils  
d'analyse et de prospective efficaces.

# Eclairer

Veilles créatives  
et cahiers d'inspiration  
07

Veilles techniques,  
réglementaires et industrielles  
14

Études et statistiques  
19

Conférences,  
webinaires et podcasts  
24



# Le LAB Francéclat

## La plateforme de veille créative en continu

Exclusivement réservé aux ressortissants et particulièrement orienté vers les créatifs, le LAB Francéclat est entièrement dédié à la veille en matière de design et d'innovation. Mois après mois, nous enrichissons les différentes rubriques de cette plateforme en ligne pour orienter votre regard vers des sources d'inspiration et des décryptages. Des informations précieuses pour ouvrir vos horizons.

### Décryptages

## Regards croisés sur les tendances émergentes en 2020

Conçu comme un véritable stimulateur de créativité, Décryptages est un laboratoire de veille créative au sein duquel trois approches complémentaires offrent une vision structurée selon plusieurs horizons de temps. Ainsi, nous observons les courants émergents, analysons les évolutions de styles de vie, et détectons les micro et macro-tendances.

#### Instalab

L'observation des réseaux sociaux nous permet de capter l'air du temps et de recenser les tendances qui se dégagent. Voici celles observées en 2020 :

- **la recherche du bien-être**, mode de vie post confinement (#ASMR, #CORONAPERO, #COTTAGECORE);
- **les questions de genre**, féminisme, inclusion et nouvelles parentalités (#PARENTHOOD, #MENSNECKLACE, #POLITICAL PINK, #HEARRINGS);
- **les nouvelles formes**, les nouveaux "porter" et les usages des bijoux qu'on (ré)-invente et (re) découvre (#BIJOUX DE TÉLÉPHONE, #SUNGLASSCHAIN, #BIJOUDECHEVILLE, #XXLJEWELS, #UPCLAPING).



[www.lelabfranceclat.fr](http://www.lelabfranceclat.fr)

Accès réservé :

vous pouvez demander votre code d'accès à Ludovic Blanquer

[l.blanquer@franceclat.fr](mailto:l.blanquer@franceclat.fr)

Directeur de la Création de Francéclat

#### Design Spot

Afin de stimuler l'inspiration, nous analysons les signaux émergents identifiés par une équipe pluridisciplinaire : formes, matières, couleurs, styles, repérés dans les domaines du design, des métiers d'art, de la mode, de l'architecture...

Dans une actualité marquée par des crises fondamentales, entre pandémie et transition écologique, se repose la question du rapport entre création d'objets, luxe et développement durable.

De nouveaux paradigmes apparaissent et posent leur empreinte sur les designers et leurs créations.

Ainsi recyclage, upcycling ou bioconception ont dessiné un fil rouge pour les Design Spots de cette année avec les thèmes **recyc'luxe, discontinuité dans le design, le design qui pousse, le chanvre.**

#### Macro-tendances

Cette analyse des courants de fond met en perspective les influences présentées dans les cahiers Francéclat, en se focalisant sur l'évolution des tendances longues et des grands courants qui traversent le design et la création. Ainsi, les thèmes développés en 2020 ont été :

- **WABI SABI** : un concept esthétique venu du Japon, mêlant raffinement et matériaux bruts, nature et minimalisme, et qui inspire la création occidentale depuis plusieurs années;
- **POÉTIQUE ORGANIQUE** : un thème qui présente une interprétation avant-gardiste et poétique de la nature, dans lequel se côtoient Origines et Sciences;
- **LUMIÈRES ABSTRACTION**, qui montre combien la lumière, qui joue la transparence ou les couleurs, est une magnifique et constante source d'inspiration créative.

## L'inspiration dans tous ses états

Outre les contenus présentés ci-dessus, le site propose d'autres rubriques riches pour nourrir vos réflexions et votre créativité.

### Cahiers Influences

Un complément numérique pour enrichir et approfondir le panorama annuel (vidéo, banque d'images, "talents", etc.).

### Innovations

Un regard sur le potentiel de création des nouveaux matériaux ou process industriels... qui ouvrent des possibilités sous différents aspects.

### Galerie

Plus de 300 maquettes et prototypes réalisés au fil du temps pour illustrer les diverses publications et concours Francéclat.

### Agenda

Retrouvez les événements liés à l'actualité de la création tout au long de l'année (expositions, salons, événements...), ainsi que les rendez-vous Francéclat dans le domaine de la Création & Innovation.







INFLUENCES 2022

# Le cahier annuel haute inspiration

Destinés aux fabricants et artisans des 3 filières, les cahiers Influences ont pour objectif d'alimenter la réflexion sur vos créations à venir. Ces outils précieux attendus par les designers permettent à chacun de puiser ses inspirations selon le style, la nature et le niveau de gamme de sa production.

Le cahier Influences 2022 est structuré en deux parties : informer et inspirer...

## Du contexte sociétal...

La première partie du cahier Influences 2022 présente les influences générales et les grandes évolutions sociétales de consommation. Il s'appuie sur une étude prospective réalisée avec l'agence de prévisions de tendances Nelly Rodi.

Pour 2022, l'étude dégage 4 familles de consommateurs s'inscrivant dans les 4 grands courants d'aspiration et de rapport aux objets : Tradition, Émotion, Expression, Raison. Initiée au début de la crise sanitaire, cette étude a été mise à jour en continu afin d'intégrer l'impact des premiers bouleversements engendrés par la pandémie sur la vie des entreprises comme sur notre quotidien.

## ... aux inspirations créatives !

Afin de compléter et d'enrichir l'approche sociétale, l'équipe de stylistes et designers constituée et animée par Francéclat s'emploie trois mois durant, à traduire ces tendances en inspirations produit.

Ainsi, pour chacune des filières, les 4 thèmes évoqués ci-contre sont illustrés par des objets, visuels ou graphismes caractéristiques des influences présentées, sous forme de planches tendance complétées par les propositions créatives de l'équipe. À travers une variété de formes d'expression, ces inspirations ont pour objectif d'illustrer concrètement l'application des influences proposées aux univers de l'horlogerie, de la bijouterie-joaillerie et des arts de la table.



## Le saviez-vous?

Depuis 2015, Francéclat intègre des étudiants à son équipe de designers. Ce métissage culturel permet de favoriser la transmission et le partage tout en offrant un regard alternatif. En 2020, ce sont 4 étudiants du lycée Edgar Faure de Morteau (offrant des formations aux métiers d'art horlogerie/joaillerie) et 2 étudiantes de la Haute École des Arts du Rhin (HEAR) de Strasbourg qui se sont associés à l'équipe.



## Formation et exploitation des tendances pour les détaillants

Francéclat propose aux détaillants HBJO d'exploiter les tendances pour dynamiser leurs vitrines.

Des ateliers gratuits, dont l'objectif est de vous donner les clés d'une utilisation optimale des tendances saisonnières pour attirer l'attention des consommateurs, sont organisés en collaboration avec IYA. Des kits vitrines sont également diffusés à l'occasion de ces formations.

En 2020, près de **20 ateliers** ont eu lieu :

- 5 ateliers présentiels à Nantes, Aix-en-Provence, Lyon et Toulouse;
- une quinzaine de visio-ateliers;
- plus de 220 participants.

En raison du contexte sanitaire, la traditionnelle réunion de présentation du cahier Influences n'a pu se dérouler comme prévu en octobre. Elle a été remplacée par une diffusion sur les plateformes numériques : Francéclat TV et [lelabfranceclat.fr](http://lelabfranceclat.fr).

220 exemplaires papier ont été remis sur leur demande, aux fabricants et artisans des 2 filières.

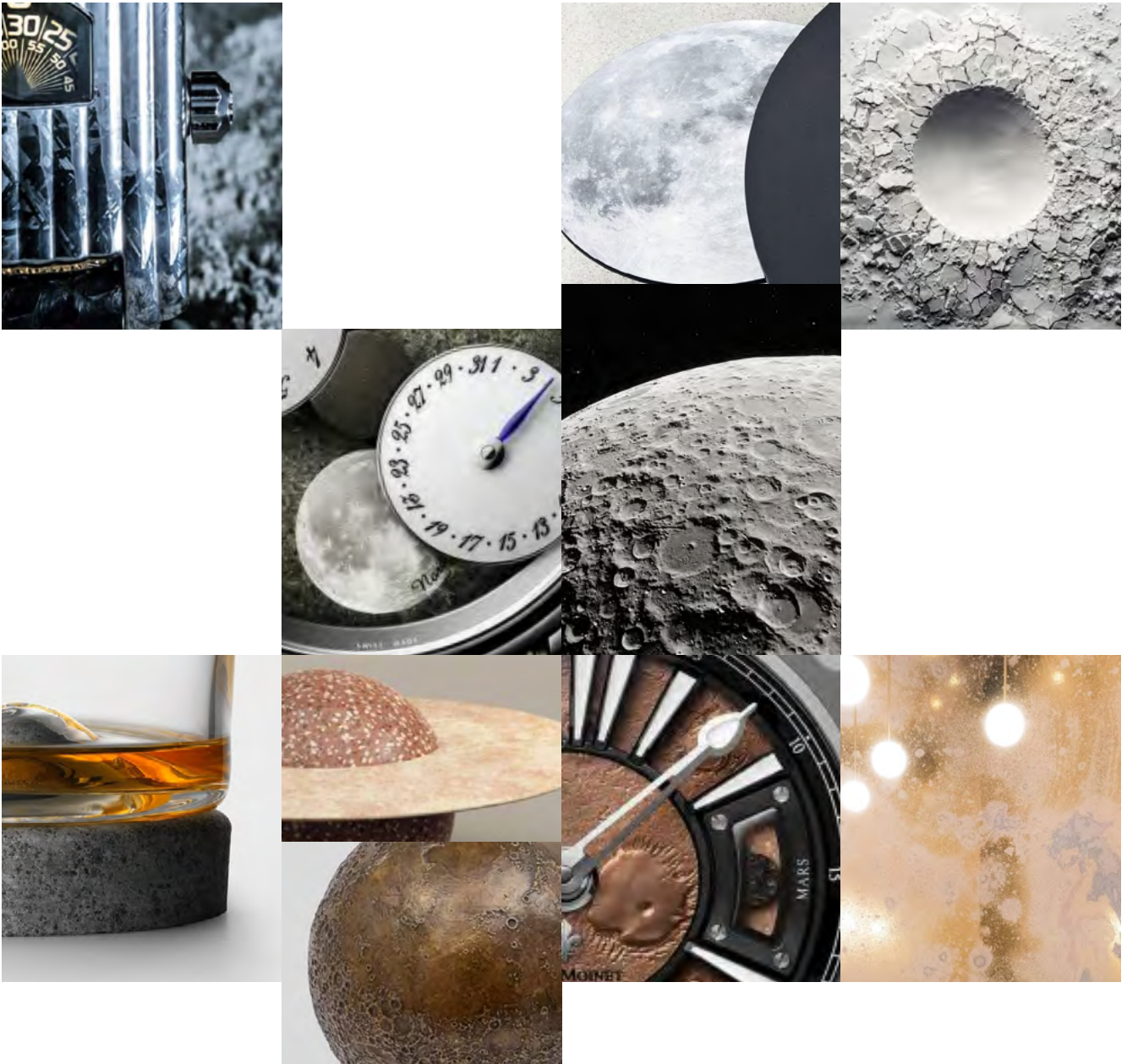
## Influences 2022 en chiffres

**10** stylistes, concepteurs et designers

Plus de **100** pages d'inspiration

**3** mois de réflexion créative

**8** réunions collectives stratégiques de l'orientation aux arbitrages



# Design horloger 2020

## Étude d'inspiration sectorielle pour la création horlogère

Basée sur les signaux faibles et tendances détectés par notre équipe, l'étude d'inspiration sectorielle 2020 « Expression du design horloger : décryptage et perspectives » s'adresse aux professionnels de l'horlogerie, fabricants comme distributeurs.

Son objectif est de vous permettre de mieux identifier les inspirations spécifiques

dont se nourrit la création horlogère, de les décoder en les rapprochant d'expressions issues d'autres domaines de création (architecture, design, mode...) et de proposer ainsi de nouvelles perspectives pour le design horloger. L'étude est structurée en deux parties : Décryptage & Perspectives.

---

### Le saviez-vous?

Pour vous permettre de rester au plus proche des évolutions de tendances, le rendez-vous annuel de présentation (en juin) a été remplacé par une diffusion semestrielle sur le LAB Francclat. Une diffusion trimestrielle est à l'étude.



## Décryptage : évolution des montres connectées

Si le marché a présenté globalement peu d'innovations marquantes, les grandes lignes de [l'étude 2020](#) permettent de faire ressortir les points suivants :

- L'évolution des fonctions est très majoritairement liée à la santé et au bien-être. Les ventes sur ce segment ont d'ailleurs été amplifiées par le climat anxiogène de la crise sanitaire. Les nouveaux modèles spécialisés adoptent des configurations d'affichage selon le sport envisagé (fitness, voile, golf, natation, etc.).
- D'un point de vue technologique, on constate peu d'innovations marquantes, mais une optimisation des fonctionnalités existantes et une amélioration notable de l'autonomie énergétique.
- Enfin, les montres connectées destinées aux enfants, qui ont également connu un très fort engouement ces derniers mois, principalement en Asie et aux USA, s'adressent avant tout aux parents qui veulent pouvoir communiquer avec leurs enfants à tout moment et surveiller leur déplacement sur les trajets extra-scolaires. Sur ce segment, les fonctionnalités s'étoffent, le design s'inscrit dans l'univers coloré des enfants. Toutefois, certains pays, comme l'Allemagne, en interdisent l'usage et la commercialisation.

*“ Il s'avère de plus en plus crucial pour les montres - et les marques qui les proposent - de raconter une histoire, d'offrir une expérience, de susciter l'étonnement, d'embrasser le futur et de réinventer le beau. ”*

## Perspectives : inspirations pour l'horlogerie

Deux thématiques d'inspiration se dégagent, susceptibles de nourrir la créativité horlogère. Elles ont pour fil conducteur la fusion entre tradition horlogère et monde des sciences et du futur.

- **ASTRONOMIES.** “Après une période de relatif sommeil, au moins médiatique, la course à l'espace a repris de plus belle, et les années à venir s'annoncent riches en conquêtes nouvelles. [...] Une source d'inspiration riche, fascinante, multiple dans laquelle puisent les stylistes, designers et architectes.” Les moodboards sont déclinés sur différentes approches gravitant autour de cette thématique : Astéroïdes, Météorites, Astrolabes, Apollo, Space Opera et Planétarium.
- **HYBRIDATIONS.** “Face à la concurrence des montres connectées, l'horlogerie mécanique se réinvente et se réapproprie les codes du numérique pour créer des objets hybrides et décalés dans des analogies numériques. [...] Dans un jeu de miroirs, elle s'empare de ces codes pour convoquer des hybridations graphiques et plastiques. Affichages digitaux, recompositions numériques, effets lumineux, évocations mythifiées des débuts de l'électricité sont autant de pistes créatives qui s'offrent pour réaffirmer la dimension d'avant-garde que porte en permanence le monde de l'horlogerie.” Ce thème a été illustré autour de trois axes : Brouillages Numériques, Light et Tesla.



## Le saviez-vous ?



L'étude d'inspiration sectorielle pour la création horlogère est disponible sur le LAB Francéclat et gratuite pour les ressortissants. N'hésitez pas à demander vos codes d'accès auprès de Ludovic Blanquer ([l.blanquer@franceclat.fr](mailto:l.blanquer@franceclat.fr)) Directeur de la Création de Francéclat.

# Premiers PoC en fabrication additive

## Du concept à la fabrication

Permettre à l'ensemble des fabricants HBJO de rester à la pointe de l'information et leur donner accès aux innovations technologiques les plus avant-gardistes est une partie importante de notre mission. Ainsi, nous vous accompagnons dans l'intégration des technologies de l'industrie du futur, tant dans l'aspect créatif que dans les procédés de production.

C'est ainsi que nous travaillons depuis plusieurs années selon

une démarche de Proof of Concept (PoC ou « preuve de concept » en français). Avec l'acquisition en 2019 d'une nouvelle imprimante 3D dédiée aux métaux précieux, nous sommes passés de la recherche à une phase de transfert vers les filières via notre plateforme technologique.

Cette étape permet aux fabricants d'expérimenter cette nouvelle technologie sur leurs propres projets et de bénéficier des

10 années de travaux de Francéclat sur ce procédé.

Ainsi, nous avons travaillé à l'étude et réalisation d'un prototype de cadran en métal précieux pour un nouvel acteur horloger français. Nous avons également accompagné une Maison dans la création d'un prototype de bijou précieux avec le double objectif de valider la faisabilité en fabrication additive et de cadrer les coûts de production ultérieurs.

### Mais de quoi parle-t-on ?

#### PROOF OF CONCEPT (POC)

Une preuve de concept (en anglais Proof of Concept, PoC) a pour vocation de démontrer la faisabilité d'un procédé ou d'une innovation. Située très en amont dans le processus de développement d'un nouveau produit ou process, la preuve de concept est une étape importante avant la réalisation d'un véritable prototype. On cherche à répondre à la question « Est-ce que cela peut être fait ? » à la fois en termes techniques et d'attente du marché. La réponse est oui ou non, « GO » ou « NO GO ».

#### FABRICATION ADDITIVE

La fabrication additive (ou impression 3D) s'oppose aux procédés de fabrication traditionnelle (usinage, fonte) où l'on enlève de la matière pour atteindre la forme désirée. Dans la fabrication additive, les pièces en 3D sont construites par addition de couches successives de matière selon le fichier conçu par ordinateur.

### Le saviez-vous ?

- Dans le cadre de l'action collective menée sur la fabrication additive en métaux précieux, des essais complémentaires ont débuté sur un alliage d'or jaune. D'autres essais viendront compléter les résultats sur 2021.
- Le site bisontin de Francéclat est l'un des premiers en Europe à réaliser des pièces de fabrication additive en métaux précieux.



© JOHAN POIZAT



# Tech Infos

## La veille technique et réglementaire en continu

Outil de référence pour tous les professionnels HBJO, Tech Infos est la lettre mensuelle de Francéclat sur les aspects techniques et réglementaires, en France et à l'international. Grâce à cette veille constante, vous restez à la pointe des nouveaux produits et des technologies émergentes, de l'évolution des normes et de la réglementation, et vous êtes informés de

l'avancée des études et travaux techniques de Francéclat.

En 2020, nous avons notamment fait plusieurs points d'informations concernant la nouvelle loi française relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire, et ses implications dans vos domaines d'activités.

### Impact législatif

Suite à la mise en place de la loi française relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire de février 2020, de nouvelles obligations impactant nos secteurs d'activités portent, à court terme, sur :

- l'indication d'un indice de réparabilité pour les montres à quartz;
- la disponibilité des pièces détachées;
- la présence de substances dangereuses dans les articles;
- et à plus long terme, sur l'affichage environnemental basé sur l'analyse de cycle de vie de l'article.

## Tech Infos en chiffres

**900** destinataires de la lettre Tech Infos

Fabricants, artisans, distributeurs d'horlogerie, de bijouterie-joaillerie et d'orfèvrerie

**16** articles publiés sur le règlement REACH

**16** articles liés à la normalisation

(nouvelles normes, compte-rendus des réunions françaises, européennes et internationales de normalisation)

### Le saviez-vous?

Pour demander une note technique ou rejoindre la liste des abonnés à Tech Infos (gratuit pour les ressortissants Francéclat), écrivez-nous à [info@franceclat.fr](mailto:info@franceclat.fr)

### Visites à la carte du site de Besançon

Des visites personnalisées de notre site bisontin peuvent être organisées. Ces rencontres permettent d'approfondir les sujets techniques spécifiques à l'entreprise concernée. En outre, le cadre individualisé garantit la confidentialité des échanges, ce qui contribue à leur ouverture et à leur richesse.



# Veille relative au règlement REACH

**Vous tenir informés et offrir un support technique dans les évolutions réglementaires**

Pour les fabricants, artisans et distributeurs d'horlogerie, de bijouterie-joaillerie, d'orfèvrerie et d'arts de la table, le règlement REACH est un élément central de la réglementation.

Toujours au cœur des actions visant à vous aider à décrypter votre environnement, nous retranscrivons dans Tech Infos la veille de l'actualité de REACH en matière d'évolution des classifications des substances et de leurs limitations.

Autre aspect moins connu et pourtant primordial, Francéclat porte la voix de la profession sur les aspects réglementaires lors des consultations publiques préalables à toute décision communautaire relative à REACH. Et nous défendons autant que possible la prise en compte des intérêts des trois filières par l'Agence Européenne des Produits Chimiques (l'ECHA) et la Commission Européenne lors de leurs décisions.



## Faits marquants

En 2020, 4 grandes actions sur le front de REACH :

- Mobilisation active contre le projet de classification de l'argent massif comme reprotoxique et sensibilisant cutané : d'une part, en fournissant des données économiques pour l'étude d'impact menée par la fédération européenne des métaux précieux; et d'autre part en prenant part à la consultation publique;
- Rédaction d'un guide d'accompagnement à la déclaration dans la base de données des substances préoccupantes. Afin de faciliter les démarches des entreprises concernées pour satisfaire à la nouvelle obligation réglementaire, nous avons préparé un pas-à-pas présentant la nouvelle mesure et, surtout, décrivant toutes les étapes de réalisation d'une notification dans la base de données SCIP (Substances of Concern In articles as such or in complex objects (Products)). Et bien sûr, nous sommes restés à votre disposition pour répondre à vos nombreuses questions sur REACH;
- Suivi de la mise en place de la restriction d'usage des sels de cobalt;
- Contribution au projet de consultation sur une restriction d'usage des substances sensibilisantes dans les articles en textile, en cuir, en peau et en fourrure qui vise à imposer des concentrations limites pour ces substances.



Tech Infos :

## Les éclairages Francéclat sur REACH

En 2020, 16 articles ont été consacrés spécifiquement aux évolutions (substances candidates et projets de restriction), dont :

- la réévaluation des dérogations à la restriction du plomb dans les bijoux, les montres et dans les biens de consommation;
- le suivi du projet de classification de l'argent en tant qu'agent reprotoxique de catégorie 1B;
- le suivi du projet de restriction des sels de cobalt;
- le suivi du projet de restriction d'usage des substances qui remplissent les critères de classification en tant que sensibilisants cutanés dans les articles en cuir et en textile;
- le suivi du projet de restriction de l'acide undécafluorohexanoïque (PFHxA), de ses sels et des substances apparentées;
- la mise à jour de la liste candidate, la liste des substances identifiées comme extrêmement préoccupantes, qui pourront ensuite relever du processus d'autorisation;
- le suivi de la mise en place de la base de données SCIP sur les articles contenant des substances extrêmement préoccupantes.

## Le saviez-vous ?

REACH est un règlement de l'Union Européenne adopté en 2006 pour mieux protéger la santé humaine et l'environnement contre les risques liés aux substances chimiques, tout en favorisant la compétitivité de l'industrie chimique de l'Union Européenne. Il promeut également des méthodes alternatives pour l'évaluation des dangers des substances afin de réduire le nombre d'essais sur les animaux.

### LA HOTLINE TECHNIQUE DE FRANCÉCLAT

Une question sur la réglementation REACH? Contactez la hotline technique par mail à [info@franceclat.fr](mailto:info@franceclat.fr), nous sommes là pour vous aider.

# REACH

## en entreprise

### De la cartographie des substances chimiques à une meilleure prise en compte des contraintes liées au règlement REACH

Si la réglementation REACH est primordiale pour tous les fabricants d'horlogerie, de bijouterie-joaillerie, d'orfèvrerie et d'arts de la table, elle n'en reste pas moins complexe à mettre en place.

Pour préserver ses ressortissants des conséquences potentiellement dramatiques d'une mauvaise prise en compte de cette réglementation, Francéclat envoie un de ses chargés d'études dans une quinzaine d'entreprises représentatives des différentes filières.

Son rôle : inventorier les substances chimiques utilisées et répertorier les substances dangereuses.

L'objectif de la démarche est double :

- identifier les substances qui, de par leurs propriétés, pourraient être concernées par une procédure restrictive;
- avoir une action plus efficace en matière de veille REACH en nous permettant de répertorier le plus exhaustivement possible les substances réellement utilisées. Cela nous offre une vraie remontée terrain primordiale en termes de réponses aux consultations publiques.

### Un plan d'action séquencé

- **établissement d'un état des lieux** initial en matière de management des produits chimiques (questionnaires);
- **réalisation d'un inventaire** des substances, mélanges et composants utilisés (sur site);
- **identification des substances dangereuses**;
- **évaluation de la vulnérabilité** des produits;
- **établissement d'une cartographie** des substances chimiques utilisées critiques vis-à-vis de REACH.

**15** entreprises représentatives HBJO auditées

**3500** produits répertoriés

**1100** substances chimiques recensées

**3** fabricants d'arts de la table nouvellement intégrés

(2 entreprises de porcelaine et 1 entreprise de faïence).

Un état des lieux a été réalisé en 2020 et les visites sont programmées en 2021.

# l'Observatoire Francéclat

## Des données chiffrées pour mieux vous éclairer

Véritable boussole pour appuyer vos prises de décision, l'Observatoire Francéclat offre des informations quantitatives précises (production, commerce extérieur, ventes) pour les filières HBJO d'une part et arts de la table d'autre part.

Chaque année, Francéclat récolte et traite les statistiques, puis publie mensuellement des chiffres clés pour chaque filière, dans un bulletin Ecosat. Les résultats sont également disponibles en ligne sur [ecostat-franceclat.fr](http://ecostat-franceclat.fr).

## Les statistiques horlogerie-bijouterie-joaillerie

Comme chaque année, l'Observatoire Francéclat a recueilli, traité et publié en 2020 les principaux résultats du secteur HBJ :

- chiffres clés;
- exportations mondiales comparées;
- production française;
- commerce extérieur;
- ventes annuelles horlogerie-bijouterie en France;
- évolutions du secteur HBJOAT.

L'étude des ventes de montres et de bijoux sur le marché

français\* est enrichie de plusieurs volets complémentaires :

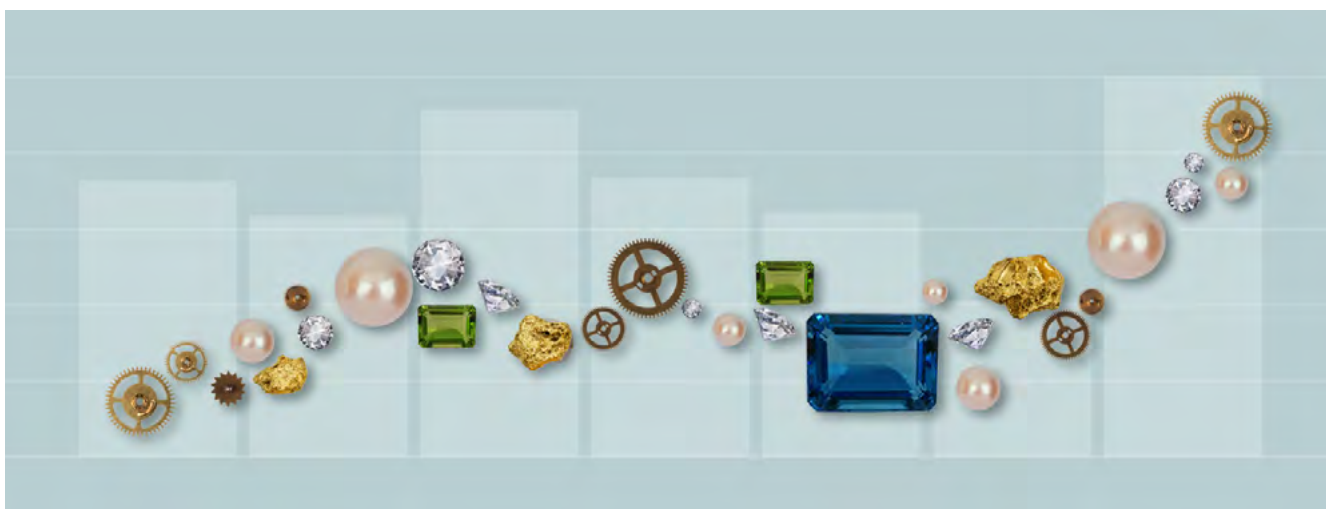
- **un baromètre mensuel sur l'évolution conjoncturelle des ventes** par catégories de produits et dans les principaux circuits de distribution;
- **un rapport trimestriel sur l'évolution des ventes** en France, qui inclut des circuits non intégrés au baromètre mensuel (vente à distance, haute horlogerie et artisans);
- **une étude structurelle semestrielle détaillée.**

### Veiller sur votre sécurité, c'est aussi notre métier

Francéclat a poursuivi, en 2020, la veille sur la sinistralité de la filière HBJO qui permet de cerner la situation de la délinquance : informations en temps réel sur les sinistres et leurs modes opératoires, rapports statistiques trimestriels...

C'est l'occasion de faire le point sur les bonnes pratiques sécuritaires et de proposer aux entreprises des formations et des audits de risques.

\* étude réalisée pour l'Observatoire Francéclat par la Société 5. Résultats publiés dans le bulletin Ecosat HBJO de février 2021.





## Les statistiques arts de la table

L'Observatoire Francéclat a traité et publié tout au long de l'année 2020 les données concernant :

- les exportations mondiales comparées;
- la production française;
- le marché annuel français;
- le commerce extérieur;
- les évolutions du secteur OAT.

En 2020, le suivi des ventes des produits d'arts de la table en France\*\* a été poursuivi avec en particulier :

- **une note de conjoncture mensuelle sur l'évolution des ventes** des produits liés aux arts de la table comprenant les produits assujettis à la taxe HBJOAT (vaisselle, verrerie, couverts et couteaux de table) et d'autres produits liés aux arts de la table, y compris la cuisine et la décoration;
- **un suivi bimestriel du chiffre d'affaires des grossistes et cash & carry** pour l'univers de la table et par type de clientèle : détaillants ou circuit CHR.

\*\* étude réalisée pour l'Observatoire Francéclat par l'Institut I+C

### Appel d'offres

Un appel d'offres a été publié par Francéclat pour la réalisation des prochaines études de suivi du marché français. Le cahier des charges a été développé en concertation avec les professionnels.

### Un service Statistiques à haute valeur ajoutée

Afin de produire des rapports et analyses statistiques de qualité, le service Statistiques de Francéclat s'appuie sur des données fiables issues de partenaires rigoureusement sélectionnés :

- TDM (Trade Data Monitor) pour les statistiques douanières;
- Société 5 pour les données de vente au détail en HBJO;
- Xerfi Spécific (anciennement I+C) pour les données de vente au détail en arts de la table;
- ponctuellement, l'INSEE ou Eurostat.

Le service Statistiques de Francéclat est agréé par l'INSEE afin de réaliser l'Enquête mensuelle de branche qui recense les données concernant la production et les statistiques. Une enquête complémentaire est menée spécifiquement par Francéclat auprès des fabricants des deux secteurs.

### Le saviez-vous?

Afin d'offrir une vision globale de marché, le suivi des ventes des arts de la table intègre d'autres produits liés, y compris la cuisine et la décoration.



Le site [ecostat-franceclat.fr](http://ecostat-franceclat.fr) a été revu et enrichi en 2020 pour faciliter l'accès aux informations.

La présentation des résultats HBJ de l'année 2020 s'est tenue le 11 février 2021 en 2 visioconférences : l'une destinée aux entreprises et aux organisations professionnelles, l'autre à la presse.

# 555

bulletins Ecostat

ont été publiés par Francéclat depuis 2003.

# Études socio-économiques

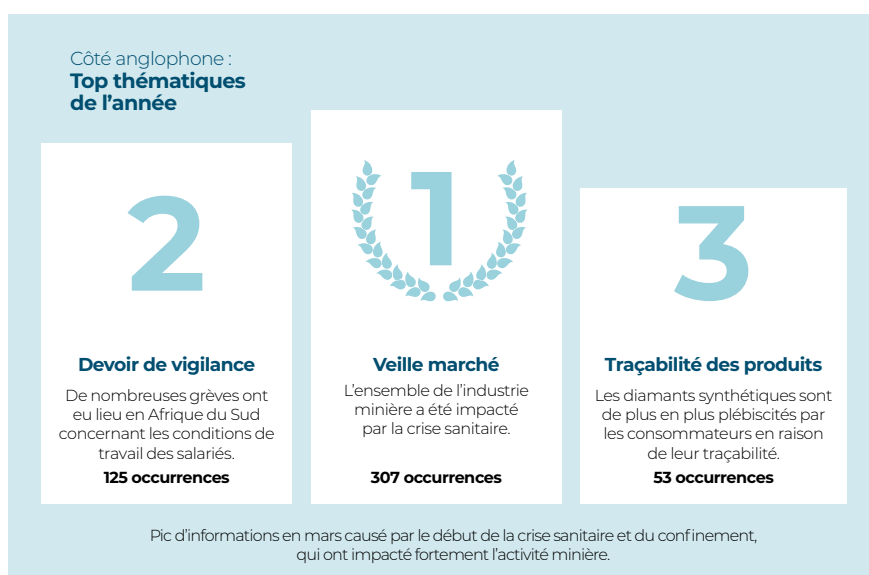
## Une fenêtre sur le marché de demain

Afin d'apporter un éclairage approfondi et complémentaire aux études quantitatives de l'Observatoire Francéclat, nous menons diverses études qualitatives. Approchant des thématiques différentes, ces enquêtes visent à capter les évolutions de regard du consommateur sur nos filières, leurs produits et leur perception, et ainsi anticiper les inflexions à prendre dans nos métiers.

## Horlogerie-bijouterie : détecter les évolutions de tendances susceptibles d'influencer la filière

De consommateur à consom'acteur, la sensibilité éco-responsable de nos clients est en constante évolution. Afin de détecter le plus en amont possible les tendances susceptibles d'influer sur la réputation de la filière HBJO dans l'esprit des consommateurs, Francéclat finance une veille médiatique qui surveille les signaux faibles. Elle attire l'attention sur des points de vigilance émergents pour nos acheteurs potentiels et concerne :

- la production et le commerce de pierres précieuses;
- les marchés parallèles des métaux précieux;
- la traçabilité de l'origine des produits;
- le devoir de vigilance des maisons-mères envers leurs filiales dans le monde.





## Diamant : évaluer la compréhension des consommateurs

Afin d'assurer une prise de parole institutionnelle sur le diamant, Francéclat a apporté son soutien au Collectif Diamant à la fois en termes de financement et de pilotage des actions.

Par ailleurs, une étude Opinion Way destinée à évaluer la compréhension par les consommateurs des différentes terminologies associées aux diamants, qu'ils soient produits naturellement ou industriellement, a été publiée en fin d'année. Bien reprise par les médias,

cette étude démontre la bonne compréhension des terminologies diamant naturel et diamant synthétique, cette dernière étant la seule autorisée par le décret de 2002. Les autres appellations, et notamment diamant de culture, prêtent quant à elles à confusion.

> L'étude complète «Face aux différentes applications du diamant, le consommateur s'y retrouve-t-il encore?» est à retrouver sur le site du Collectif Diamant : [www.collectif-diamant.fr](http://www.collectif-diamant.fr)

# 42 %

**Eh oui ! Selon l'Observatoire Francéclat, les ventes de bijoux en or empierés de diamant pèsent plus de 42% de la valeur des bijoux en or vendus sur le marché français.**

### Le saviez-vous ?

Le Collectif Diamant regroupe les organisations référentes de la filière diamant en France : le Natural Diamond Council (Association des Producteurs de Diamants), l'UFBJOP (Union Française de la Bijouterie, Joaillerie, Orfèvrerie, des Pierres & des Perles), le LFG (Laboratoire Français de Gemmologie), l'UBH (Union de la Bijouterie Horlogerie) et Francéclat.

Sa mission est de promouvoir et valoriser le diamant naturel, informer sur l'évolution de la filière, encourager l'amélioration des pratiques de l'industrie et mettre en œuvre un programme de promotion du diamant sur le marché français.

# Études internationales

## Ouvrir les portes vers le monde

Parmi ses nombreuses missions, Francéclat a pour vocation de faciliter et d'encourager le développement de ses fabricants vers l'étranger, tant sur les démarches de conquête que sur la pérennisation des exportations. C'est dans cette optique que nous déployons des partenariats et finançons des études pour vous donner les éléments de réflexion stratégique, à la fois sur les aspects de tendances de consommation et sur les éléments réglementaires.

### Focus sur le marché américain de l'horlogerie-bijouterie

En mai 2020, Francéclat a mis à disposition des entreprises exportatrices une vision du marché américain concernant l'horlogerie-bijouterie composée d'une étude de marché et d'une étude réglementaire.

L'étude de marché contient :

- un panorama du marché américain;
- des informations sur la production/concurrence locale;
- les tendances de consommation;

- les principaux circuits de distribution avec des fiches détaillées de 40 importateurs, détaillants, grands magasins, e-commerçants ;
- une liste des salons et associations professionnelles existantes.

L'étude réglementaire contient, quant à elle, des informations sur le cadre réglementaire, les formalités d'importation, les droits de douane et taxes, et la réglementation produit.



#### Info Covid

- Commandé avant la pandémie, le panorama du marché américain a été présenté à l'occasion d'un **webinaire qui a permis de faire un point sur la situation aux États-Unis en mai 2020**. Plus de 40 ressortissants y ont assisté et près de 60 ont commandé ces études.
- Face à l'instabilité des marchés en lien avec la pandémie de Covid-19, Francéclat a suspendu les autres commandes d'études prévues sur 2020.

### Accompagnement pour aborder les marchés internationaux

Afin de faciliter les efforts de prospection des fabricants à l'international, Francéclat se tient à disposition pour répondre à vos demandes de renseignements, tant sur la réglementation des importations qu'à travers des études de marché (fournies par l'Observatoire Francéclat ou spécifiques sur demande).

Pour ce faire, nous nous appuyons en partie sur le partenariat renouvelé avec Business France qui, grâce notamment à sa présence à l'international, apporte à Francéclat des éléments de réponse (hotline réglementaire, études de marché ou veille sectorielle).

### Le saviez-vous ?

Des webinaires « développement international » sont diffusés régulièrement sur Francéclat TV > Boîte à outils > Webinaires. Entre autres, vous pourrez y retrouver :

- la présentation des marketplaces Nextrade, Ankorstore et MOM;
- une sensibilisation au Brexit afin de comprendre les enjeux et les impacts de la sortie de la Grande-Bretagne de l'Union Européenne.

[Voir page 25 Webinaires et formations](#)

Besoin d'une étude, d'un point réglementaire, de statistiques internationales? N'hésitez pas à contacter Claire Henimann, directrice du développement international de Francéclat à [c.henimann@franceclat.fr](mailto:c.henimann@franceclat.fr)

# Le magazine de l'innovation

## Un magazine en vidéo pour rester à la pointe des innovations numériques

Afin d'accompagner ses ressortissants dans leur transformation numérique, Francéclat a créé le magazine de l'innovation. Lors de chacun des épisodes, visionnables sur Francéclat TV, des start-up sont interviewées et présentent leurs solutions pratiques ainsi que des outils adaptés à la digitalisation.

En 2020, 6 épisodes présentant des start-ups à même d'aider nos métiers, ont été diffusés sur Francéclat TV (Boîte à outils > Mag de l'innovation). Parmi les sujets abordés :

### Greentech : éthique, RSE et souveraineté numérique

**Paygreen** est la première solution de paiement en ligne à impact positif, centrée sur la résolution de problématiques sociales et environnementales.

**Ovid** est la messagerie instantanée la plus sûre du monde : une rupture technologique majeure Made in France pour faire rimer souveraineté numérique, engagement éthique et cybersécurité.

### Retour au local : la collaboration multiservices

**Yper** propose un ensemble de solutions collaboratives pour rendre simple et accessible la livraison du dernier kilomètre. Ce service s'appuie sur des particuliers souhaitant livrer sur leurs trajets ou durant leur temps libre, dans un esprit d'entraide.

**Bluemanoid** ouvre la voie à un merchandising collaboratif et agile qui s'adapte à chaque point de vente, grâce à son appli Antblue. L'entreprise accompagne les boutiques afin d'optimiser leurs linéaires pour booster les ventes. Bluemanoid a été lauréat du New Shopping Experience® 2020 qui récompense les initiatives pour un commerce vertueux et durable.

### Solutions de paiement et service clients

**Payweak** offre des services de paiement innovants tels qu'un lien sécurisé, envoyé par SMS, e-mail, ou messagerie instantanée. Issue de la Fintech, l'entreprise a été depuis rachetée par BNP Paribas.

**Lemonway** intervient comme un tiers de confiance, gère les paiements de places de marché et collecte des fonds pour compte de tiers.

**Shoprunkback** est une solution globale de gestion de retour e-commerce. La start-up permet aux plateformes e-commerce de révolutionner l'expérience consommateur en combinant des solutions innovantes, un réseau international et des services à forte valeur ajoutée.



#### Logiciel de gestion joaillerie-bijouterie

NeoLogix a créé la solution neo-fugu®, une offre complète d'outils de pilotage et de management des ateliers de joaillerie, bijouterie et horlogerie.

Francéclat a eu le plaisir d'organiser un webinaire très suivi pour approfondir cette offre spécifique, présentée lors d'un magazine de l'innovation.

### Mais de quoi parle-t-on ?

La Fintech est un secteur d'activité qui déploie la technologie pour améliorer les activités financières.

Les Fintech sont généralement des start-ups qui utilisent les nouvelles technologies et bouleversent le monde classique de la banque et assurance en alliant innovation, flexibilité, simplicité et efficacité.



# Webinaires

## Des contenus de qualité pour approfondir vos connaissances

Vos métiers évoluent, Francéclat vous apporte toute l'information pour rester dans l'air du temps sans en perdre. Gestion d'entreprise, bonnes pratiques d'autres secteurs, évolutions sociétales, digitalisation, opportunités marché... Pas facile de rester à la page sur tous les fronts ! C'est pourquoi nous nous employons à créer des contenus aussi pointus qu'interactifs, afin de vous permettre de continuer à vous former et à échanger le plus simplement possible. Un bon moyen pour chacun de rester informé, à son rythme.

### Présentation de 3 marketplaces

Une marketplace ou place de marché en bon français (à l'instar d'Amazon) désigne toute plateforme qui met en relation acheteurs et vendeurs sur Internet. Ces plateformes axées sur les échanges entre professionnels (BtoB) offrent chacune des spécificités. En juillet 2020, Francéclat a organisé un webinaire pour vous en présenter trois pouvant créer des opportunités pour votre activité. Une soixantaine de ressortissants ont répondu présents en direct.

### Ankorstore

Cette marketplace BtoB à vocation européenne connecte marques et créateurs à des boutiques, en particulier sur des thématiques maison et mode.



Cette plateforme de mise en relation du salon Ambiente crée le lien entre détaillants et fournisseurs dans le secteur de la maison et de l'art de vivre.



### (Maison & Objets and More)

cette plateforme d'inspiration du salon Maison et Objet recense les dernières nouveautés déco, design et art de vivre, et est donc particulièrement orientée vers les arts de la table.

### Préparation au Brexit

Quels sont les enjeux et les impacts de la sortie du Royaume-Uni de l'Union Européenne? Comment anticiper, et autant que possible, atténuer, ses conséquences pour les exportateurs? Ce webinaire, animé en collaboration avec les Douanes et la Direction Générale des Entreprises, s'est tenu en octobre et a rassemblé près de 50 fabricants.

### Digi1000 : digitaliser votre entreprise en 2020

Le webinaire présente le dispositif accessible sur le site [Digi1000.fr](http://Digi1000.fr), lancé par Francéclat en partenariat avec l'UBH et la CAT, pour aider les détaillants à réussir leur digitalisation. Nous y présentons, dans une logique de parcours initiatique et ordonné, des solutions concrètes.

### Se digitaliser et garder le lien avec ses clients

Dans le cadre bien particulier du confinement, mais bien au-delà également, la prise de rendez-vous en ligne peut apparaître comme la seule solution sûre pour garder le contact avec ses clients. Ce webinaire animé par Isabelle Bouilloux, directrice digitale de Francéclat, aborde les différents outils permettant d'automatiser ces prises de rendez-vous et d'ainsi maintenir autant que possible ses ventes.

### Partenariat avec le Watch Distributors Directory

Cet annuaire a pour vocation d'aider les marques, les distributeurs et les détaillants à entrer en contact efficacement. Ce webinaire animé par Claire Henimann, directrice du développement international de Francéclat, accueille Thomas Baillod et Thierry Huron, co-fondateurs du Watch Distributors Directory afin de présenter cet outil et d'offrir une proposition tarifaire groupée aux ressortissants.

### Les atouts du podcast pour votre business

Les podcasts audio sont un véritable levier de chiffre d'affaires. Pour faire le point sur ses atouts, la direction digitale de Francéclat accueille Jean-Pierre Cassaing et Anne-Marie De Couvreur (Mediameeting).

### Demandez vos accès

L'accès à Francéclat TV est réservé aux ressortissants.

Écrivez-nous à [info@franceclat.fr](mailto:info@franceclat.fr) pour recevoir vos codes d'accès.

# Des rendez-vous exceptionnels dans un contexte exceptionnel

Tout au long de l'année 2020, Francéclat s'est employé à vous accompagner au mieux au fil des étapes de confinement et des reprises d'activité, à travers des vidéos et webinaires adaptés à la situation.



## Fabricants\*

«Sortir du confinement et reprendre une activité industrielle : partage d'expériences sur les mesures à mettre en place»

La reprise d'activité post-premier confinement dans les unités de fabrication a posé de très nombreuses questions sur les mesures à prendre pour répondre au mieux aux impératifs de fonctionnement et de protection des personnes.

Face à cette situation inédite, Francéclat a organisé un webinaire le 30 avril, en lien étroit avec Francis Chauveau, président de notre commission technique et directeur industriel d'Hermès, et Stephan Fertikh, directeur des ressources humaines Europe d'Arc, d'une part pour présenter les consignes et bonnes pratiques pour la reprise d'activité dans un contexte de crise sanitaire, mais aussi afin d'offrir l'opportunité aux fabricants des 3 filières de nouer le dialogue.

## Détaillants\*

«Les bonnes pratiques pour la reprise en magasin»

À l'instar de la démarche engagée pour les fabricants, nous avons souhaité rassembler les détaillants pour un webinaire le 8 mai permettant d'aborder les bonnes pratiques, mais surtout pour créer une opportunité de nouer le dialogue et de partager vos interrogations. Ce temps d'échange a accueilli Sandrine Marcot, présidente déléguée de l'UBH pour une présentation des consignes de sécurité dans le contexte sanitaire du moment, Emmanuel Malan, directeur des ressources humaines chez Degrenne, et Christian Bouldoires, président de l'UBH et succursaliste.

Une vidéo sur les bonnes pratiques sanitaires en magasin a également été diffusée en association avec l'Union de la Bijouterie Horlogerie (UBH) et la Confédération des Arts de la Table.

## Distributeurs

«Fermeture des commerces : quelles solutions pour réaliser des ventes pendant le confinement?»

Troisième volet post-confinement, un webinaire adressé aux distributeurs s'est tenu le 6 novembre 2020. Suite aux décisions gouvernementales mettant en péril le chiffre d'affaires des fêtes de fin d'année, Francéclat a souhaité être à vos côtés pour vous accompagner et vous aider à démarrer ou accélérer votre transition numérique. Ainsi, Isabelle Bouilloux, directrice digitale de Francéclat et Emmanuel Fraysse du cabinet Digilian, spécialisé dans l'accompagnement des entreprises dans leur transformation digitale, ont répondu à plusieurs questions essentielles sur les solutions de ventes en ligne, le maintien des relations à distance avec les clients, la mise en place de service «click and collect», les outils de communication pour faire connaître vos nouveaux services digitaux et enfin, les prérequis pour créer un site e-commerce.

*\*Très centrés sur l'actualité du moment, ceux-ci ne sont plus accessibles sur les plateformes de Francéclat.*

## Le saviez-vous ?

À travers le site [digi000.fr](http://digi000.fr), Francéclat propose une **subvention à la transition numérique** et peut vous accompagner dans les différentes étapes de digitalisation : création de site internet, communication, vente en phygital (physique et digital), trouver des solutions d'expédition et enfin, fidéliser. [Voir page 36](#)

# Podcasts et tutoriels

## Contenus pratiques et inspirants pour booster le business

Autre outil, même philosophie, Francéclat a développé des formats d'informations podcasts et tutoriels vidéo. À l'instar des webinaires, les podcasts permettent, à votre rythme, d'approfondir vos connaissances. Les tutoriels, axés sur un aspect pratique, visent à vous accompagner pas à pas sur des problématiques techniques. Cliquez, découvrez, cultivez... sans hésiter!

### Podcast 1 communiquer

Nicolas Ruchon, spécialiste en marketing digital et directeur conseil chez Wellpack, nous parle de l'importance de la communication et de ses outils numériques dans la relation client.

### Podcast 2 livraisons et retours

Fabien Derinck, co-fondateur de Supplyconnect, société de conseil en logistique, nous explique comment faire évoluer et améliorer sa logistique.

### Podcast 3 moyens et solutions de paiement

Jean-Michel Chanavas, délégué général de Merkatel, nous présente les grandes tendances pour des solutions de paiements sécurisées.

### Podcast 4 former et manager

Antoine Pernet, co-fondateur de Microdoing, nous explique comment manager et surtout former son équipe, sans perte de temps et pour un résultat immédiat sur l'activité.

### Podcast 5 design et tendances

Ludovic Blanquer, associé fondateur et directeur artistique du studio de design BBDC, revient sur les moyens de mettre en place une veille marché créative et comprendre les envies des consommateurs.

### Podcast 6 commerce sur les réseaux sociaux

Violaine Gressier, chargée des marques de luxe pour Facebook et Instagram en France, nous donne toutes les solutions pour dynamiser le taux de conversion d'un site de e-commerce grâce aux réseaux sociaux.

### Podcast 7 la data

Fabrice Clément, fondateur de Goweez, vous explique ce que sont les datas, à quel point elles sont vitales pour votre entreprise et comment vous pouvez les utiliser pour satisfaire les envies de vos clients et en attirer de nouveaux.

## Les Tutoriels Francéclat

Les tutoriels réalisés par Francéclat sont toujours à votre disposition sur Francéclat TV > boîte à outils.

- Élaborer son site e-commerce avec Wix.
- Comment créer une campagne d'emailing avec Mailchimp?
- Comment protéger une marque ou un nom de domaine?
- Quel contenu pour quel réseau?
- Créer et gérer sa chaîne Youtube.
- Comment utiliser Instagram et se faire connaître?
- Créer et gérer sa page LinkedIn.
- Créer et gérer sa page Facebook.

## Les podcasts Francéclat sont à retrouver sur les plateformes habituelles



## Le saviez-vous ?

**Le podcast, c'est l'occasion rêvée de faire rentrer un maximum d'informations en un minimum de temps.** Qu'il s'agisse de transports en commun ou de marcher dans la rue, tous ces moments peuvent désormais être bonifiés et utilisés pour apprendre et s'enrichir. Ces pratiques s'inscrivent plus largement

dans le phénomène d'oralisation que traverse notre société, entre développement des assistants vocaux, des enceintes connectées ou encore des messages audios laissés sur nos messageries. **Une réelle opportunité pour diffuser des contenus et asseoir sa légitimité!**

Les actions de Francéclat en 2020  
pour provoquer des rencontres,  
favoriser les partages d'expérience  
et vous ouvrir des perspectives nouvelles.

# Connecter

Rencontres d'affaires

29

Formation et accompagnement

32

Ateliers de réflexion collective

37



# Précieuses Confluences

## Les rencontres d'affaires incontournables de la bijouterie-joaillerie

En partenariat avec l'Union Française de la Bijouterie, Joaillerie, Orfèvrerie, des Pierres et des Perles.

Favoriser et renforcer les liens entre les différents acteurs de la filière tant au niveau national qu'international, tel est l'objectif des rencontres d'affaires Précieuses Confluences. Initiées par l'Union Française BJOP, les rencontres sont co-organisées et financées par Francéclat depuis 2017 et proposent des thématiques différentes selon les éditions.



### 2020, une année hors du commun

En raison du contexte sanitaire, l'édition 2020 s'est tenue à la fois en présentiel les 20 et 21 octobre au siège de l'UFBJOP à Paris, et à distance via un module de la plateforme de matchmaking utilisée pour générer les rendez-vous entre les différents participants. L'événement était articulé autour de 3 modules qui ont généré plus de 750 rendez-vous (plus de 80 % en présentiel).

#### **Bijouterie-joaillerie : produire en série**

22 marques françaises et internationales de bijouterie-joaillerie ont pu rencontrer 33 ateliers français ayant des capacités de production en série.

#### **Bijouterie-horlogerie : sourcer et usiner en France**

22 marques de montres et de bijoux françaises et internationales, ont pu échanger avec 24 ateliers et artisans d'art français.

#### **Bijouterie-joaillerie : financer sa croissance**

11 marques et ateliers français ont pu rencontrer 14 entités de financement (banques, banques d'affaires, investisseurs...).

#### **Précieuses Confluences en chiffres**

# 200

collaborations signées en 4 ans grâce à Précieuses Confluences

# 750

rendez-vous pris pour l'édition 2020 dont 80 % en présentiel

[www.precieusesconfluences.fr](http://www.precieusesconfluences.fr)

# Les salons internationaux

## Ensemble pour valoriser les savoir-faire français

Afin d'accompagner le développement des fabricants français à l'export, Francéclat favorise la mise en relation avec des opérateurs étrangers, à travers l'organisation d'espaces collectifs français sur des salons internationaux. Nous apportons également un soutien financier à la participation des entreprises à ces salons.

Dans le contexte sanitaire de pandémie, l'agenda des événements professionnels a été profondément bouleversé et la plupart des salons prévus en 2020 ont été annulés. Nous vous proposons donc un regard sur les manifestations qui ont pu être maintenues ou réorganisées en mode digital à destination des fabricants d'horlogerie-bijouterie-joaillerie, de bijouterie fantaisie et d'arts de la table.



# 26

## FABRICANTS

de produits d'arts de la table ont bénéficié du soutien de Francéclat pour prendre part à 2 manifestations spécialisées, en présentiel ou en digital. En particulier, au salon de Francfort, au premier rang mondial pour les arts de la table.

## Les manifestations à l'étranger : arts de la table



### ALLEMAGNE **Ambiente Francfort** (7 au 11 février)

25 fabricants français de produits d'arts de la table exposant au salon Ambiente 2020 ont bénéficié du soutien de Francéclat.

Bien que se tenant avant les premières vagues de confinement, Ambiente a été le premier salon international touché par l'épidémie du Covid-19 entraînant une forte baisse de fréquentation : 108 000 visiteurs (contre 136 081 en 2019)



### ÉTATS-UNIS **New York – NY Now** (1<sup>er</sup> au 5 février)



### MOYEN-ORIENT French Design Corner Middle-East (1<sup>er</sup> au 18 décembre) : showroom digital ajouté au programme courant 2020



# Les manifestations à l'étranger : horlogerie-bijouterie-joaillerie et bijouterie fantaisie

Outre les salons initialement prévus en présentiel, des événements digitaux sont venus enrichir le programme 2020.

# 44

## FABRICANTS

d'horlogerie, de bijouterie-joaillerie et de bijouterie fantaisie ont bénéficié du soutien de Francéclat pour prendre part à

# 12

## MANIFESTATIONS

ou événements digitaux spécialisés

### EUROPE

#### ESPAGNE BISUTEX – MADRID (6 au 9 février)

Francéclat a pu reconduire la participation collective française au salon Bisutex à l'occasion de son édition de février. Ainsi, le pavillon français a accueilli 5 fabricants de bijoux fantaisie et de bijoux argent. Le salon a rassemblé 500 entreprises et près de 10 000 visiteurs en provenance de 44 pays.

#### ALLEMAGNE INHORGENTA – MUNICH (14 au 17 février)

1 000 exposants, 26 000 visiteurs, salon de référence pour le marché allemand

#### ITALIE VICENZAORO – VICENCE (17 au 22 janvier)

1 500 exposants, 35 000 visiteurs, salon international de référence en Italie avec plus de 60 % de visitorat international

#### ITALIE FRENCH FASHION CORNER (de septembre à novembre), showroom digital

### ASIE

#### CORÉE DU SUD MODE IN FRANCE SÉOUL (30 janvier au 1<sup>er</sup> février)

organisé par la fédération du prêt-à-porter féminin

#### JAPON : INTERNATIONAL JEWELLERY TOKYO (20 au 23 janvier)

#### JAPON MODE IN FRANCE – TOKYO (5 au 7 février – 15 au 17 octobre), organisé par la fédération du prêt-à-porter féminin

#### JAPON SHOWROOM MODE (octobre) en remplacement de Project Tokyo (format mixte : produits présents et RDV à distance)

#### HONG KONG AUTUMN SOURCING WEEK (16-27 novembre)

en remplacement du salon Hong Kong Watch & Clock fair



### Publicité collective à l'occasion des salons

Afin de donner de la visibilité aux présences collectives sur les salons internationaux, des outils promotionnels ont été mis en place.

**Bisutex – Madrid**  
Totem publicitaire pour annoncer la participation française et la liste des exposants, installé à l'entrée du centre d'exposition.

**Ambiente – Francfort**  
Deux pages de publicité : une deuxième de couverture du catalogue du salon + une parution dans la revue allemande Kitchen Trend.

### ÉTATS-UNIS

#### LAS VEGAS JCK ÉDITION VIRTUELLE (10 au 14 août) en remplacement de l'édition présentielle

#### USA/CANADA FRENCH FASHION CORNER (septembre et octobre) showroom digital ajouté au programme en 2020



**Impact COVID : un soutien exceptionnel de Francéclat aux fabricants français inscrits à Baselworld.**  
Prévu au mois de mai, le salon Baselworld (Suisse) a été annulé. Compte tenu du contexte économique issu de la pandémie, Francéclat a décidé de soutenir les fabricants français d'horlogerie et de bijouterie-joaillerie initialement inscrits en tant qu'exposants en leur versant une aide exceptionnelle.

# L'Accélérateur mode & luxe

## Un accompagnement vers le changement

Ce programme, destiné aux dirigeants de PME de la filière mode & luxe, propose un accompagnement individuel et collectif et a pour objectif d'apporter des réponses aux enjeux de croissance et de structuration à travers des solutions opérationnelles.

C'est non sans une certaine fierté que Francéclat a le plaisir de vous annoncer la première promotion de l'Accélérateur mode & luxe. Ce parcours, inscrit sur une année, permet d'échanger entre pairs et de nourrir la réflexion stratégique pour une accélération du développement.

Bien que significativement perturbé par la pandémie de Covid 19, le programme a pu aller à son terme. Suite aux retours très positifs des participants, une deuxième promotion a été lancée au printemps 2021.

### 7 ressortissants pour la promo 2020

Pour cette première promotion, Francéclat a accompagné la participation de 7 de ses ressortissants au sein des 31 marques émergentes et sous-traitants/façonniers de la filière mode & luxe : Atelier Boudier, Atelier Paulin, Bangle-up, Callistorea, Cambour, Oteline et Sabre.

### 4 piliers pour évoluer

Le programme a été articulé autour de 4 axes :

- **le conseil**, via un parcours sur-mesure correspondant aux leviers de croissance identifiés lors du diagnostic 360° initial ;
- **la formation**, au travers d'un parcours d'e-learning et 5 séminaires conçus et animés par l'École supérieure de commerce de Paris (ESCP) et l'Institut français de la mode (IFM) mêlant un apport de connaissances transposables en entreprise, de témoignages d'experts et d'ateliers de mise en situation ;
- **la mise en relation**, avec un accès privilégié à des réseaux d'entrepreneurs et de partenaires ;
- **le partage d'expérience** entre pairs, d'autant plus intéressant que le recrutement issu de secteurs connexes et intégrant des DNVB\* de cet accélérateur permet de croiser des approches très variées.

### Animation du Comité stratégique de filière mode & luxe

La filière mode & luxe française occupe une place importante dans l'économie française et une place prépondérante dans le marché mondial. Composée de grandes marques de luxe mais aussi de PME moins visibles et en prise avec une vive concurrence internationale, la filière mode & luxe doit faire face à de multiples problématiques. Afin de lui venir en appui pour aborder les évolutions à venir, le Comité stratégique de filière (CSF) mode & luxe est financé par Francéclat aux côtés du CTC et du Défi, et présidé par Guillaume de Seynes (Hermès).

### Le saviez-vous ?

Le programme Accélérateur mode & luxe est conçu et mis en œuvre par Francéclat en association avec le CTC (filiale cuir), le Défi (filiale habillement) et Bpifrance.

\* DNVB est l'acronyme de Digital Native Vertical Brand. Il s'agit de marques dont le développement se fait à l'origine essentiellement, voire exclusivement, par le biais d'une présence sur Internet et sur les réseaux sociaux, permettant d'assurer la création, la promotion et la distribution de la marque.



## TÉMOIGNAGE

*“J’ai souhaité m’engager dans le programme d’accélérateur afin de confronter ma stratégie et de gagner en cohérence.*

*C’est un accélérateur tout autant qu’un révélateur. Cela m’a permis d’ouvrir les yeux sur ma place au sein de mon entreprise; de prendre plus en compte encore la RSE dans ma stratégie d’entreprise, et de prendre conscience qu’il n’y a pas de taille minimum pour se faire aider d’un consultant.*

**“C’est un accélérateur tout autant qu’un révélateur”**

*J’ai particulièrement apprécié la richesse des échanges avec mes pairs et l’excellence des intervenants, consultants et coachs.*

**Francis Gelb,**  
*dirigeant de Sabre Paris*

### Comment participer ?

Si vous souhaitez faire partie de la prochaine promotion, n’hésitez pas à contacter Bertrand Pillot, adjoint au délégué général à [b.pillot@franceclat.fr](mailto:b.pillot@franceclat.fr).

## Soutien à la Fédération Européenne de la Joaillerie (FEJ)

Francéclat a apporté son soutien à la Fédération Européenne de la Joaillerie qui regroupe la France, l’Italie, la Belgique, l’Espagne et le Portugal. Animée et pilotée par l’UFBJOP, la FEJ a vocation à faire valoir les intérêts de la filière bijouterie-joaillerie auprès des pouvoirs publics de l’Union Européenne.

La FEJ tend notamment à assurer une homogénéisation de la réglementation applicable à la filière. Afin de faire évoluer les nouvelles réglementations et lignes directrices, elle œuvre également à porter à la connaissance des pouvoirs publics les grands enjeux sociétaux et environnementaux de la filière tels que la terminologie du diamant, la reconnaissance mutuelle des poinçons, l’harmonisation des seuils de paiement en espèces, les chaînes d’approvisionnement responsables pour les minerais et les pierres...

# Savoir pour faire

## valoriser les métiers pour recruter

Afin de revaloriser les métiers techniques de la filière mode & luxe et de permettre aux entreprises fabricantes de recruter près de 10 000 personnes dans les années à venir, une campagne intitulée “Savoir pour faire” a été lancée par le Comité stratégique de filière mode & luxe avec le soutien de Francéclat, du CTC, du Défi et de l’OPCO 2i. La campagne, d’octobre 2019 à juin 2020 s’est appuyée sur :

- 1 site internet dédié;
- 2 films de campagne, pastilles vidéo et mini-documentaires;
- 1 espace d’offre d’emploi avec la possibilité de candidater en direct;
- 1 blog relayant les actualités de la filière, des articles de fond sur l’emploi et des interviews d’acteurs;
- 1 écosystème social media pour rassembler les communautés sur Facebook, LinkedIn, Instagram et Twitter.



### RÉSULTATS

- plus d’1 million de personnes touchées soit 125 000 pages vues du site internet;
- 582 011 vues des films vidéos;
- 66 parutions dans les médias;
- un réseau de 80 ambassadeurs, plus de 4 000 fans et près de 1 000 abonnés à la newsletter.

[www.savoirpourfaire.fr](http://www.savoirpourfaire.fr)

# Le Club Export

## S'ouvrir et se déployer à l'international

Autre grande nouveauté 2020, Francéclat a le plaisir de vous présenter son Club Export. L'objectif est d'accompagner à l'export les fabricants HBJOAT pendant une année complète : une première étape de formation pour les primo-exportateurs, une aide à se structurer pour les entreprises déjà exportatrices. De plus, ce club a pour volonté de créer une dynamique d'entraide et de partage d'expérience entre pairs.

Pour cette première promotion qui s'est tenue entre septembre 2020 et juin 2021, 19 entreprises ont pris part au Club Export, dont 6 ont bénéficié d'un diagnostic & coaching individuel destiné à les guider dans la rédaction de leur feuille de route export. Chaque mois, un module collectif a réuni les 19 membres et proposé des ateliers en visioconférence autour de 3 thématiques : techniques export (douanes, financement, etc.), focus pays (Corée du Sud, Grande-Bretagne et Japon), digital & développement export (SEO, réseaux sociaux, etc.).

### En chiffres

Début 2020, 3 formations export ont eu lieu en visioconférence et ont réuni environ 30 fabricants de nos secteurs.

## Membres du Club Export 2020

### • Filière horlogerie :

Awake\*, Duc Oger, Hegid, Michel Herbelin\*, Pierre Lannier\*, Péquignet\*

### • Filière bijouterie :

Atelier Paulin\*, Groupe Schmittgall, Louise Dagorne, Martineau, Roger Mathon\*, Mandine, Yay-You Are Young

### • Filière arts de la table :

Dégлон, Degrenne Paris, Faïencerie Georges, Forge de Laguiole, La Rochère, Jean Dubost

\* entreprises ayant bénéficié du diagnostic + coaching individualisé

**Le Club Export sur LinkedIn**

Afin de favoriser l'échange d'informations liées à l'international entre les entreprises du Club, un groupe LinkedIn « Club Export Francéclat » a été créé. Il totalise 43 membres.

## Pour rejoindre le Club Export, n'hésitez pas à contacter

Claire Henimann ([c.henimann@franceclat.fr](mailto:c.henimann@franceclat.fr)) ou Stefani Carvalho ([s.carvalho@franceclat.fr](mailto:s.carvalho@franceclat.fr)).

# Le Collège numérique

## Table ronde autour des tendances du digital

À la croisée entre table ronde et conférence, le Collège numérique offre l'occasion aux ressortissants de Francéclat de se rassembler pour envisager les tendances digitales de demain. Véritable espace de réflexion et d'échanges entre professionnels, il se compose d'interventions variées suivies d'afterworks, moments d'échanges informels.

### La Green Tech à l'honneur

Le 20 janvier 2020, la cinquième réunion du Collège numérique a eu la chance de pouvoir se tenir en présentiel à Paris. Elle a rassemblé une trentaine de professionnels qui ont eu l'occasion d'assister à une conférence de l'agence Nelly Rodi sur les nouveaux enjeux et les bonnes pratiques des marques sur les réseaux sociaux. Un deuxième temps a été l'occasion d'assister aux pitches de 5 start-ups de la Green Tech.

Retrouvez cet afterwork sur Francéclat TV :  
Boîte à outils > Collège numérique.



### Le saviez-vous ?

Outre ces actions collectives, la Direction digitale intervient régulièrement en appui de certaines organisations professionnelles ou d'entreprises pour organiser des événements en lien avec le digital, trouver des solutions innovantes ou être mis en relation avec des start-ups. Pour en parler, n'hésitez pas à contacter Isabelle Bouilloux, directrice digitale de Francéclat à [i.bouilloux@franceclat.fr](mailto:i.bouilloux@franceclat.fr).

### Mais de quoi parle-t-on ?

GreenTech, CleanTech, EcoTech...

Issue de la rencontre entre révolution digitale et transition verte, l'idée est d'utiliser la tech au service du développement durable.

# Digi 1000

## Un dispositif complet pour accompagner la digitalisation de vos points de vente

La transition numérique des trois filières est un enjeu majeur de réussite commerciale et c'est pour mieux vous accompagner que Francéclat a créé sa direction digitale dès 2017. Nous souhaitons encore renforcer notre soutien aux détaillants et vous proposer des solutions concrètes vers la digitalisation pour vous aider à franchir ce cap, a fortiori dans le contexte des confinements liés à la pandémie de Covid 19.

Ainsi en 2020, nous avons déployé un parcours en plusieurs étapes afin d'accompagner chacun dans son déploiement numérique :

- **un site internet complet** proposant une approche ordonnée et graduelle adaptable à chaque entreprise, pour vous guider dans les différentes étapes;
- **une hotline** pour vous aider à définir vos besoins et répondre de manière personnalisée à vos problématiques;
- **une subvention** pour vous donner un coup de pouce en prenant en charge une partie des dépenses de digitalisation et faciliter vos premiers pas digitaux.



### Le site Digi 1000

Construit pour vous accompagner dans la digitalisation de vos points de vente, le site [digi1000.fr](http://digi1000.fr) a été créé en 2020 et rassemble :

- un auto-diagnostic de maturité digitale;
- les clés d'une bonne stratégie digitale;
- un parcours de conquête du web par étapes;
- une cartographie des prestataires dont les offres ont été spécialement négociées, élaborée en partenariat avec l'Union de la Bijouterie Horlogerie (UBH) et la Confédération des Arts de la Table (CAT);
- les informations pratiques sur notre subvention à la transition numérique.

### Une hotline pour un accompagnement personnalisé

Pour aider les entreprises à franchir le pas, un accompagnement personnalisé a été déployé via une hotline gérée par les deux fondateurs de Digilian, agence spécialisée dans l'accompagnement digital des PME.

### Digi 1000, jusqu'à 1 000 € de subvention par Francéclat

Afin de vous aider à franchir le cap de la digitalisation, Francéclat propose de financer jusqu'à 50 % des dépenses de digitalisation (dans la limite de 1 000 €) aux 300 premiers détaillants spécialisés HBJO et 50 premiers en arts de la table. Ce dispositif expérimental a ainsi permis d'accompagner plus de 163 indépendants en 2020.

### Le saviez-vous ?

Vous pouvez retrouver sur Francéclat TV plusieurs webinaires autour de la digitalisation des parcours de vente, ainsi que divers tutoriels visant à vous guider dans la prise en main des outils digitaux (rubrique Webinaires et Boîte à outils).

Des questions liées au digital ? N'hésitez pas à contacter Isabelle Bouilloux, Directrice digitale de Francéclat à [i.bouilloux@franceclat.fr](mailto:i.bouilloux@franceclat.fr)

# Les montres françaises

## Éclaircir le positionnement par une réflexion collective

Francéclat a engagé en 2020 une réflexion collective sur le positionnement et la communication de l'horlogerie française. Envisagée initialement pour promouvoir les montres françaises sur le marché chinois, la réflexion s'est finalement élargie pour répondre à une ambition plus globale visant à définir un positionnement fédérateur pour les montres françaises.

Les fabricants ayant participé au projet collectif de plateforme stratégique horlogère



### Quelle identité pour les montres françaises ?

Malgré la diversité des acteurs représentés, nous avons œuvré à la co-construction d'un positionnement commun comprenant la personnalité et les points clés de différenciation de l'horlogerie française sur l'ensemble de ses marchés. Plusieurs ateliers de réflexion collective, pilotés par l'agence névé-spaark, ont été menés en 2020.

La réflexion collective a permis de définir un socle commun à tous, fondé sur trois piliers : une culture horlogère vivante (un savoir-faire d'exception ancré dans l'air du temps) ; la créativité française (entre audace, liberté et modernité) et la diversité (une ouverture au monde entre variété, respect et responsabilité).

pilier #1

### CULTURE HORLOGÈRE VIVANTE

Un savoir-faire horloger d'exception depuis le XIII<sup>e</sup> siècle.

Une horlogerie en mouvement, combative, optimiste et inventive.

**De l'expertise,  
de l'énergie,  
de l'envie.**

pilier #2

### CRÉATIVITÉ FRANÇAISE

L'indépendance créative et l'esprit d'avant-garde propres à la France.

Une expression stylistique unique au monde.

**De l'audace,  
de la liberté,  
de la modernité.**

pilier #3

### DIVERSITÉ

Une horlogerie plurielle, qui laisse s'exprimer la singularité de chacun.

Ouverte sur le monde et riche de sa diversité, à l'image de la France.

**De la variété,  
du respect,  
de la complémentarité.**

C'est ainsi qu'un positionnement fédérateur a pu être écrit :

**« Combinant indépendance créative et tradition d'excellence, les montres françaises perpétuent une culture horlogère inventive et vivante. Elles imaginent pour le monde entier des produits authentiques, élégants et singuliers, empreints d'une part de France. »**



© FOB PARIS

Enfin, pour assurer la cohérence du positionnement dans son expression visuelle, 5 éléments d'expression ont été arrêtés :

1. **Des visuels esthétiques** exprimant l'art de vivre à la française.
2. **Un casting rigoureux** incarnant élégance naturelle et tempérament.
3. **Des produits mis en scène** pour exprimer la créativité et la diversité.
4. **Une représentation de l'expertise** et de l'héritage.
5. **Des accroches de communication** exprimant l'origine française.

L'expression visuelle du positionnement sera adaptée selon les marchés.

## Demain, une marque collective pour soutenir l'horlogerie française

En France, les campagnes de communication seront signées par une marque collective, à l'instar des arts de la table et des bijoux précieux :

- pour rassembler l'ensemble des fabricants français sous une bannière commune;
- pour distinguer les marques françaises des autres horlogeries (suisse, japonaise...);
- pour augmenter l'impact de la communication des montres françaises à destination du grand public, en particulier grâce à des prises de parole groupées sur le web et les réseaux sociaux.

Le travail de création a été initié en 2020. Il sera poursuivi sur le premier semestre 2021.

## Les montres françaises pour séduire le marché chinois

Aborder le marché chinois collectivement était l'un des enjeux de cette réflexion. Ainsi, une première étude de notoriété et d'image des montres françaises en Chine a été conduite afin d'évaluer la connaissance et la réceptivité du marché aux produits français.

Suite à la création de la plateforme stratégique horlogère, une étude qualitative auprès d'un panel d'experts a été menée. Elle a permis de vérifier la réceptivité du marché chinois à ce positionnement et d'identifier les leviers à activer pour s'adapter aux attentes locales.

Un appel d'offre sera effectué en 2021 pour définir la stratégie de communication en Chine, concevoir la campagne et la déployer sur les réseaux chinois.

# Ensemble à Table

## Réflexion collective pour la création d'une plateforme web des arts de la table

Face aux mutations profondes des comportements des consommateurs et à un marché des arts de la table français fragilisé, la Confédération des Arts de la Table (CAT) et Francéclat ont imaginé une réponse globale intégrant tous les acteurs de la filière.

La plateforme web Ensemble à Table vise à recréer l'envie pour les produits français en particulier, donner de la visibilité aux fabricants et distributeurs, et accompagner la digitalisation des boutiques. L'année 2020 a été consacrée à obtenir le financement d'un plan d'investissement pluriannuel auprès de Bpifrance. Nous avons ensuite œuvré à la structuration du projet de plateforme, puis à la conduite des premiers travaux de développement : maquettage, écriture du code, interfaçage avec le module de gestion des catalogues, tests consommateurs qualitatifs... En parallèle, la société coopérative d'intérêt collectif Ensemble à Table a été créée pour porter le projet.

### Pourquoi une plateforme de filière ?

Lors de multiples temps d'échanges, la Confédération des Arts de laTable et Francéclat se sont forgés une opinion claire : face à des consommateurs de plus en plus volatiles, face à une envolée du commerce en ligne, la distribution d'art de la table est chahutée, alors même que les études que nous avons menées montrent l'importance pour les consommateurs du circuit physique dans l'acte d'achat. La distribution spécialisée en est la première victime, et par effet de domino, les fabricants français.

En prolongement de la campagne [lesartdelatable.fr](http://lesartdelatable.fr), la future plateforme web a pour objectif d'inverser cette tendance et soutenir les arts de la table à la française en transformant l'envie en acte d'achat, grâce à un modèle web to store (d'internet vers les magasins).

Ainsi, la plateforme recensera les produits, les fabricants et les distributeurs et fera le lien entre eux et l'acheteur. Le consommateur pourra alors réserver un produit dans la boutique la plus proche ou, à défaut, être réorienté vers le site du détaillant ou du fabricant.

### Le saviez-vous ?

La société coopérative d'intérêt collectif Ensemble à Table créée fin 2020 a pour vocation de porter le projet de plateforme filière arts de la table. Elle regroupe 23 associés fondateurs, autour de Francéclat et de la CAT,

répartis en 4 collèges dont un pour les fabricants et un pour les boutiques. Grâce au principe coopératif 1 actionnaire = 1 voix, la voix de chacun peut-être entendue. Vous aussi, entrez dans l'aventure et rejoignez la dynamique!



# 50 %

C'est le taux de financement couvert par le Programme d'investissements d'Avenir à l'issue de l'appel à projet sur les plateformes filières lancé par la DGE et opéré par Bpifrance auquel ont répondu Francéclat et la CAT.

# 85 %

Dans notre univers de produits, on constate que 85 % des réservations font l'objet d'un achat (seulement 15 % des clients abandonnent leur achat) et que les ventes additionnelles peuvent être significatives, d'où le parti-pris de la e-réservation.

Les actions de Francéclat en 2020 pour développer vos filières, dynamiser la création, stimuler l'innovation et faire rayonner vos savoir-faire en France et à l'international.

# Développer

Communication et promotion

41

Performance industrielle

50

Qualité et certification

56

Financement

59

Autres actions de développement

61





# Communication collective

# Arts de la table

## Prendre la parole ensemble pour inspirer et valoriser

Faire connaître et promouvoir les arts de la table auprès du grand public français est un élément majeur de notre stratégie globale. Chaque année, nous avons à cœur de développer la notoriété et l'aura de vos métiers, produits et savoir-faire par tous les canaux possibles.

En 2020, une nouvelle impulsion a été donnée avec le choix d'une nouvelle campagne et le déploiement d'un plan média multicanal ambitieux. Conscients de l'impact de la crise sanitaire sur la filière, nous nous sommes employés à renforcer, mais aussi à réinventer nos prises de paroles, pour propulser les arts de la table sur le devant de la scène.



**“Les arts de la table. Et la vie a plus de goût.”**

### Un nouveau positionnement entre plaisir et convivialité

L'année 2020 a été marquée par l'installation du nouveau positionnement de communication des arts de la table incarné par le slogan “Les arts de la table.

Et la vie a plus de goût.” Dans le contexte que nous connaissons, cette célébration des instants de convivialité n'aura jamais été aussi éloquente, et cette campagne

a tenu ses promesses : celle de célébrer les tables de la vie en toutes circonstances, tout en mettant en valeur les acteurs de la filière.



### Le saviez-vous ?

Suite à un appel d'offres, c'est l'agence Les Gens et Vous qui a remporté la compétition, grâce à son approche sensible et son plan média ambitieux qui ont séduit les professionnels de la commission arts de la table. La campagne a été officiellement lancée en mai 2020.

Des questions liées à la campagne ?

N'hésitez pas à contacter Adeline Danlos, Directrice de la communication adjointe de Francéclat à [a.danlos@franceclat.fr](mailto:a.danlos@franceclat.fr)

## Un plan de communication panoramique

Entre publicité digitale et magazine, la campagne de communication 2020 a obtenu des résultats très positifs grâce à une stratégie à plusieurs niveaux qui allie :

### Des temps forts

La campagne a été construite autour de 3 temps forts de communication basés sur 3 grands moments de vie : les Tables d'été, les Tables de rentrée et les Tables de fêtes. Chaque temps a été mis en scène au moyen d'un film et de 2 visuels inspirants.

La campagne a été déployée via un plan digital conséquent ainsi qu'en presse magazine (17 titres d'actualités, féminin/cuisine, maison/déco) spécifiquement pour les fêtes de fin d'année.

Enfin, « Ensemble à table », un jeu-concours lancé sur les réseaux sociaux, récompensait les plus belles tables via des lots d'exception.

### Un dispositif complet

Outre ces temps forts, Francéclat a continué à nourrir ce fil rouge visant à la valorisation de la filière arts de la table en travaillant à la création de contenus de qualité. Deux films sur les savoir-faire des couteliers et des porcelainiers ont nourri les réseaux sociaux, ainsi qu'un calendrier digital de fin d'année mettant en avant près de 30 marques.

Enfin, afin de continuer à faire grandir notre communauté digitale, nombre d'actions ont été entreprises (jeux, partenariats avec des influenceurs, partenariat digital avec Elle Déco et Elle à Table pour les fêtes de fin d'année notamment).

### Des relations presse

Dernier volet de l'ambitieux plan de communication abordé en 2020 : une campagne de relations presse visant à développer la notoriété des arts de la table, valoriser la filière et inciter les journalistes à parler des produits du secteur.

L'agence LFO a accompagné Francéclat dans l'animation des relations presse visant à mettre en lumière le renouveau des arts de la table et les actions engagées. Ainsi, un dossier de presse a été diffusé à l'automne, suivi de deux communiqués de presse sur les tables de rentrée et de fêtes.



### Renfort de communication digitale durant le confinement

Durant cette période inédite, Francéclat a assuré la continuité des prises de parole digitales, avec entre autres :

- un renfort des publications sur les réseaux sociaux;
- le lancement du premier jeu-concours de dressage de table "devenez la meilleure table confinée de France" du 14 avril au 8 mai. Guillaume Gomez, chef des cuisines de l'Élysée, a présidé le jury du concours de fin d'année.

## Une belle visibilité pour la campagne arts de la table



### Côté digital

- **72,2 millions** d'impressions de nos contenus;
- **153 000 abonnés** à nos réseaux sociaux (dont + 45 % d'abonnés sur Instagram);
- **120 000 interactions** (likes, commentaires, partages);
- **300 participants** aux concours et **2300 votants** sur les plus belles tables.

### Côté presse grand public

- **17 titres** Actualités, Féminin/ Cuisine, Maison/Déco;
- **6 millions de lecteurs** âgés de 25 à 59 ans exposés à notre campagne en presse magazine;
- **1,65 million de personnes** exposées grâce à notre partenariat digital avec Elle Déco et Elle à Table.

#### Mais de quoi parle-t-on ?

**Impression :** nombre de fois où un message est affiché au sein d'une page web ou d'une application consultée par un visiteur.

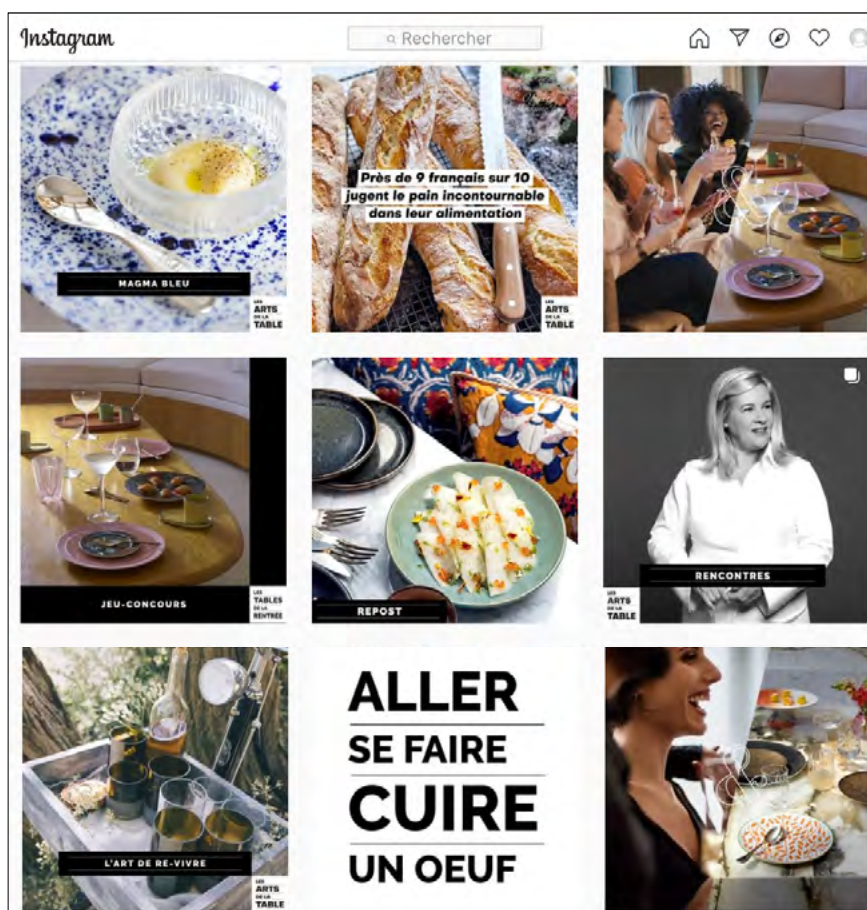
**Taux d'engagement :** nombre d'interactions des internautes avec la publication (like, partage, commentaire).

**Communauté :** nombre de personnes qui suit une marque (fan ou abonné).

## De nouveaux contenus sur les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux des arts de la table se font depuis toujours le relais d'inspiration des marques françaises. En 2020, avec la nouvelle campagne, la ligne éditoriale de Facebook et Instagram s'est enrichie de contenus variés pour donner envie et créer de la connivence avec notre cible de jeunes femmes. Ainsi, les Duo replacent les arts de la table dans des moments de vie, dans la ligne graphique de la saga publicitaire; les Expressions revisitées viennent détourner les expressions des arts de la table et les Le Saviez-vous partagent des faits marquants autour de notre thématique. Enfin, d'autres posts encore viennent relayer les actualités (événements, rencontres, savoir-faire) mises en ligne sur le site des arts de la table. Autant de preuves incontestables du dynamisme de la filière en général.

De plus, une collaboration avec une illustratrice pour le calendrier des fêtes de fin d'année a permis de capter une audience et de présenter des produits dans un univers différent des photos d'ambiance habituelles.



## Le saviez-vous ?

Plusieurs articles et reportages ont découlé des relations presse : Home Fashion News, LSA, Offrir International, Belles demeures.com, Ecoréseau Franchise et Concept ainsi qu'un très beau reportage dans Télématin (France 2) sur les tables de fêtes quelques jours avant Noël.

## Kits de communication pour les détaillants

À chaque temps fort de la campagne, des kits de communication (PLV et digital, prêts à l'emploi) ont été distribués aux détaillants d'arts de la table français. Et en réponse à la situation sanitaire et économique, des kits de communication digitale spécial fermeture et spécial réouverture ont été proposés pour les magasins.



## Nouvelle campagne, nouveau site!

Si le site web des arts de la table existe depuis plusieurs années, il a évolué au fil du temps. En 2020, le site a été complètement relooké et sobrement renommé [lesartsdelatable.fr](http://lesartsdelatable.fr) pour coller au mieux à la nouvelle identité de la marque insufflée à travers les campagnes publicitaires. L'objectif? Devenir le point de convergence de toutes les prises de parole (presse, réseaux sociaux, web) pour une meilleure reconnaissance et attribution de chacune des actions du secteur.

Le site a pour vocation d'inspirer et de se faire la vitrine des arts de la table à l'intention du grand public et bien sûr de la presse. Ainsi, il présente les tendances actuelles, les savoir-faire traditionnels ou plus innovants, ou encore les rencontres inédites avec des personnalités présentant des affinités, et toute l'actualité du secteur. Pratique, il est également le point d'entrée du module de géolocalisation de tous les points de vente d'arts de la table en France.

[www.lesartsdelatable.fr](http://www.lesartsdelatable.fr)

## Le site web en chiffres

Près de **11 000** visiteurs\*

**4** pages vues par visiteur en moyenne

**54 000** pages vues au total

\* Conformément au RGPD, seuls les visiteurs ayant accepté les cookies ont pu être comptabilisés. On estime à 2 à 3 fois plus le nombre de visiteurs réels.



■ **RENCONTRES**

**À table avec Benoît Charvet, chef pâtissier exécutif du restaurant Paul Bocuse**

*Le nouveau chef pâtissier exécutif du Restaurant Paul Bocuse et de l'Abbaye*



Élu pâtissier de l'année en 2013, sacré champion du monde des desserts glacés en 2018, Benoît Charvet est, depuis novembre 2019, le chef pâtissier exécutif du restaurant Paul Bocuse à Collonges-au-Mont-d'Or et de l'Abbaye. Avec audace et créativité, ce pâtissier hors pair a su réinventer la carte des desserts de ce prestigieux restaurant étoilé...

■ **SAVOIR-FAIRE**

**La coutellerie avec la Maison Claude Dozorme**

*Rencontre avec Claudine Dozorme de la Maison Claude Dozorme, Maître Coutelier*



Depuis plus de 100 ans, la manufacture Claude Dozorme crée des produits de luxe dans son atelier situé près de Thiers, capitale française de la coutellerie. Bien plus qu'une histoire de famille, c'est une histoire de passion. Claudine Dozorme, la fille du maître coutelier nous raconte leur histoire.

# Communication collective Bijoux Précieux

## La force du collectif au service de chacun

Inspirer, éveiller l'envie, susciter l'émotion... L'objectif de Francéclat est de valoriser les créations, les métiers et les savoir-faire de la bijouterie-joaillerie auprès du grand public français. Chaque année, nous nous employons à mettre les Bijoux Précieux sur le devant de la scène à travers deux axes : une partie événementielle qui s'inscrit dans les temps forts de consommation (Saint-Valentin, fêtes de fin d'année), et un fil rouge, tout au long de l'année, pour mettre en avant vos créations d'exception et vos savoir-faire.

En 2020, une nouvelle impulsion a été donnée avec le choix d'un nouvel axe de communication basé sur l'émotion et le déploiement d'un plan média multicanal ambitieux. Face à la crise sanitaire, nous nous sommes employés à réinventer et intensifier nos prises de parole et à accompagner la réouverture de vos points de vente pour limiter les conséquences liées à la pandémie.

*Ce qui rend un bijou précieux,  
c'est aussi son histoire.*

## Réenchanter l'achat de bijoux précieux

Autour du concept «Ce qui rend un bijou précieux, c'est aussi son histoire», la nouvelle plateforme de marque des Bijoux Précieux redéfinit la valeur du bijou précieux au-delà de son prix et de son statut.

Un territoire de communication qui humanise les bijoux précieux et s'exprime au travers d'histoires émotionnelles d'amour, d'attachement, de transmission, et met en lumière les savoir-faire, la création et la fabrication.



## Le saviez-vous?

Suite à un appel d'offres lancé mi-2020, c'est l'agence Les Gens et Vous qui a remporté la compétition grâce à une approche émotionnelle et un plan média multicanal ambitieux. C'est la même agence qui a été retenue pour la nouvelle campagne des arts de la table.

Des questions liées à la campagne ?

N'hésitez pas à contacter Yves Mahé, Directeur de la communication de Francéclat à [y.mahé@franceclat.fr](mailto:y.mahé@franceclat.fr)

## Un plan de communication d'envergure

Pour réenchanter l'achat de bijoux précieux en développant leur valeur émotionnelle, Francéclat et Les Gens et Vous ont travaillé un plan de communication d'envergure, qui a su s'adapter au fil des mois aux contraintes liées à la crise sanitaire.

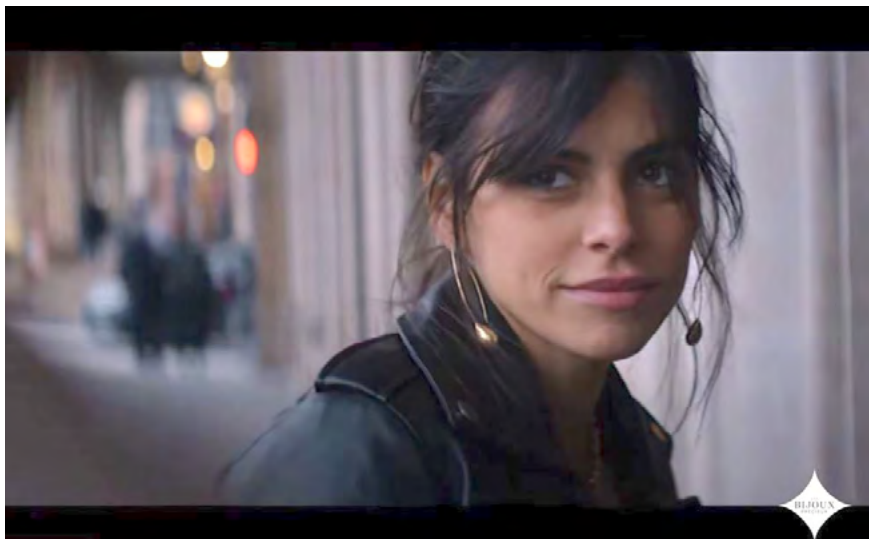
### Une montée en puissance

La nouvelle plateforme de communication s'est articulée en trois temps.

En juillet, la campagne de lancement a mis en avant un nouveau film de 30" « Dites-le avec un bijou précieux » diffusé sur YouTube et en publicité sur les réseaux sociaux. Ce film plein d'émotions a su inscrire les Bijoux Précieux comme un important témoignage d'amour dans le contexte si particulier de sortie du premier confinement.

Au mois d'octobre, une activation commerciale « Le Mois Précieux » a été lancée, visant à mettre en avant les points de vente et leur savoir-faire. Des kits de communication digitale ont été partagés avec l'ensemble des détaillants bijouterie - joaillerie, et relayés dans les prises de parole des Bijoux Précieux pour inciter à venir en boutique.

Enfin, la campagne de fin d'année avait pour objectif de développer le trafic sur une forte période de ventes. Cette montée en puissance sur la période des fêtes, avec Noël à son apogée, s'est appuyée sur un deuxième film « Ma Muse ». La campagne a fait l'objet d'un important plan média cumulant télévision en replay, presse magazine, spots radio et communication digitale.



### “Ma Muse”, pierre angulaire de la campagne de fin d'année

Spécialement écrit pour les Bijoux Précieux, et réalisé par le photographe et réalisateur français Camille Marotte, ce court métrage raconte la rencontre passionnée d'un artisan-bijoutier et de son inspiratrice.

La musique est également une composition originale. Elle est portée par la voix singulière de la chanteuse Anna Kova.

### Le saviez-vous ?

En parallèle des campagnes nationales, et pour permettre à chacun de se faire le relais des communications collectives, nous avons pris soin d'informer tous les ressortissants concernés via 7 emailings sur le deuxième trimestre 2020. À chaque étape, les outils de communication déployés ont été mis à disposition sur une plateforme digitale réservée aux ressortissants.

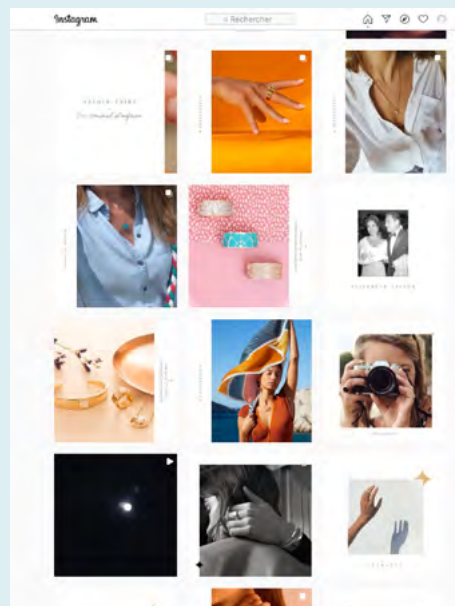
Ainsi, chacun pouvait télécharger et/ou imprimer les visuels afin de participer à l'impact des campagnes tant en digital (publications pour les réseaux sociaux) qu'en magasin (vitrophane, chevalet comptoir, etc.).

### Opération séduction de la communauté digitale

S'adresser avec précision à nos cibles prioritaires, créer du lien, faire découvrir nos produits et nos métiers... C'est tout l'intérêt du digital et en particulier des réseaux sociaux. Voilà pourquoi Francéclat investit dans la constitution d'une communauté sur 2 réseaux majeurs : Facebook et Instagram.

#### Un ciblage réussi : les jeunes femmes sont au rendez-vous !

- une communauté de 81 000 personnes;
- plus de 95% de femmes;
- Facebook : 28% des fans ont entre 45 et 54 ans;
- Instagram : 30% des abonnés ont entre 25 et 34 ans.



## Un dispositif média complet

Le plan média pour déployer les 3 temps de cette campagne a été ambitieux et tous les canaux disponibles ont été activés : télévision en replay, presse, radio, réseaux sociaux, etc.

Par ailleurs, dans la continuité du développement de notre communication digitale, l'animation des réseaux sociaux s'est poursuivie sur une nouvelle ligne éditoriale afin d'améliorer l'engagement et la visibilité. En relais des temps forts de la campagne, deux jeux-concours ont été organisés en octobre et décembre. Ils ont permis une augmentation de 10 % d'abonnés (+ 3200). Enfin, des partenariats avec des influenceuses créatrices de contenus modernes ont engagé la communauté sur des sujets valorisant l'univers des bijoux précieux.

## Une belle visibilité de la campagne Bijoux Précieux

### EN PRESSE

- **32 parutions dans 16 titres** mensuels et hebdomadaires
- **plus de 9,5 millions de contacts** sur les mois de novembre et décembre

### EN RADIO

- **près de 500 spots**
- **3 stations d'information** généralistes (RTL, France Inter et RMC Info) et **2 stations musicales** (RTL2 et Chérie FM)
- **plus de 6,5 millions d'auditeurs sur 2 semaines**

### EN DIGITAL

- **Film « Dites-le avec un bijou précieux » : 4,8 millions d'impressions** YouTube et en publicité sur les réseaux sociaux (juillet)
- **Film « Ma Muse » : plus de 7,5 millions de personnes touchées** sur les chaînes de télévision en replay (décembre)
- **Sponsorisation digitale spéciale fin d'année avec plus de 40 millions d'impressions générées** sur les 3 réseaux sociaux clés (YouTube, Instagram et Facebook)

## Un nouveau logo scintillant

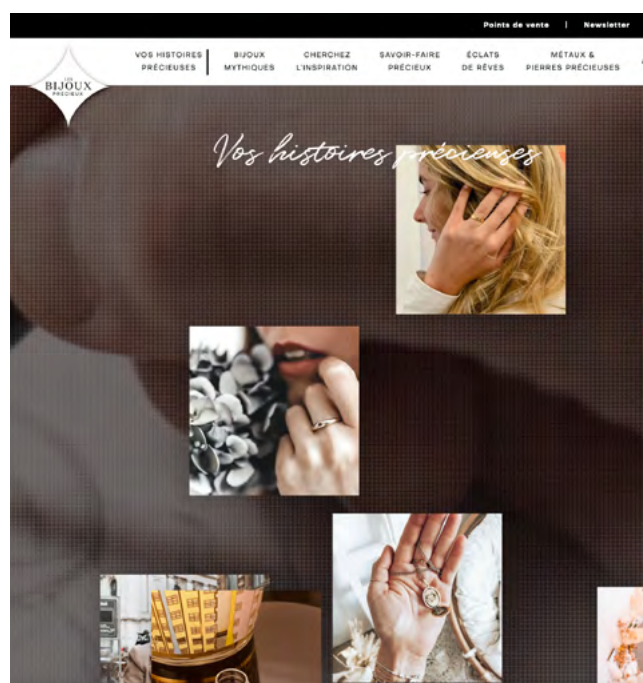
Afin d'asseoir le nouveau positionnement, un nouveau logo a pris place en signature de toutes les prises de parole et sur tous les supports de communication. Simple et mémorable, sa forme évoque l'éclat et le scintillement des bijoux précieux.



## Un site internet repensé

Pour compléter l'écosystème digital, le site [lesbijouxprecieux.com](http://lesbijouxprecieux.com) a été totalement refondé. Ce nouveau site s'articule autour de 6 thématiques véhiculant la richesse et la culture liées aux Bijoux Précieux : *Vos histoires précieuses*, *Bijoux Mythiques*, *Cherchez l'inspiration*, *Savoir-faire précieux*, *Métaux et Pierres Précieuses* et *Actualités*.

Au total, 4 films, 19 articles, 17 histoires précieuses et 154 bijoux ont été mis en ligne en 2020 et le site ne cesse de s'enrichir. Ces contenus inspirants et pédagogiques ont permis une augmentation de 12 % des visites mensuelles pour atteindre 6 600 visites\* en moyenne sur la fin d'année. Véritable plateforme digitale, le site a pour vocation de vivre, d'évoluer et d'être nourri en continu par du contenu pertinent et contextualisé.



## La géolocalisation des points de vente

Afin de rapprocher les consommateurs des bijouteries-joailleries, un outil de géolocalisation des points de vente a été mis en place pendant le premier confinement. Accessible via le site [lesbijouxprecieux.com](http://lesbijouxprecieux.com), cette carte interactive simple et didactique permet à l'internaute d'accéder facilement aux données essentielles d'un magasin et surtout de le localiser précisément. Près de 350 points de vente ont déjà complété leur profil sur la plateforme. À vous de jouer !

**À SAVOIR :** 5 minutes seulement sont suffisantes pour valider les informations de votre point de vente. Pour le faire, c'est simple et gratuit, connectez-vous sur [www.geoloc-franceclat.fr/register](http://www.geoloc-franceclat.fr/register) et laissez-vous guider !

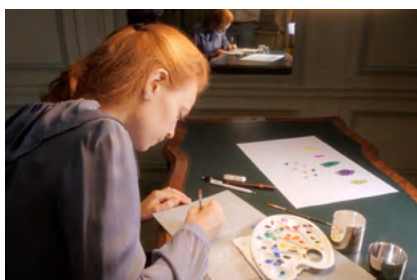
## Horlogerie - Bijouterie - Joaillerie

# Soutenir les initiatives et valoriser la filière

Outre la campagne de communication collective des Bijoux Précieux à l'échelle nationale, Francéclat a mené plusieurs actions en 2020 en soutien à la filière horlogerie-bijouterie-joaillerie.

## «Éclats de Rêves» : tournage d'une mini-série autour du bijou

Le tournage de 4 films documentaires sur le bijou, de 13 minutes chacun, a été réalisé par la société Home & Images Productions et s'est achevé en décembre 2020.



Cette série en quatre volets intitulée «Éclats de Rêves», propose de parcourir l'univers de la bijouterie-joaillerie française sur un plan historique, sociologique, artistique et technique. À la rencontre d'experts, historiens, designers, industriels, artisans et artistes, les films évoquent les savoir-faire, l'innovation technique, la symbolique du bijou dans l'histoire et la culture, le dessin ou encore la fabrication.

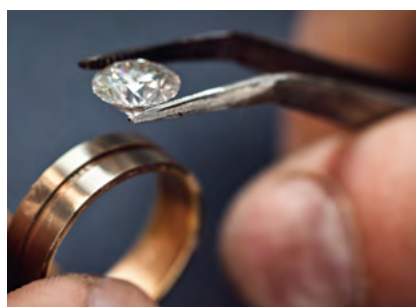
Les 4 films Connaître et comprendre, Imaginer et créer, Concevoir et réaliser, Porter et offrir doivent être diffusés en 3 temps courant 2021 : en premier lieu, une présentation en mars aux entreprises de la filière via Francéclat TV; puis en avril, au grand public via notre

site [lesbijouxprecieux.com](http://lesbijouxprecieux.com) et les réseaux sociaux associés; enfin, la série, remontée en un film de 52 minutes, sera également diffusée sur la chaîne internationale TV5 Monde au second semestre 2021. Nous vous encourageons à diffuser ces films dans vos boutiques

## Valorisation de l'artisanat régional

Francéclat a apporté son soutien au Syndicat des Artisans Bijoutiers des Pyrénées-Orientales, membre de la FNAMAC, pour l'organisation de différentes actions de promotion du Grenat de Perpignan, dans le prolongement de la reconnaissance de l'indication géographique du même nom par l'INPI.

Comme pour de nombreux autres domaines, la situation sanitaire a obligé à revoir les actions initialement prévues. Une campagne de communication s'appuyant sur des affiches magasins et 4 pages de publicité dans la revue Terres Catalanes a pu être mise en place.



## Soutien au Collectif Diamant

Afin d'assurer une prise de parole institutionnelle sur le diamant, Francéclat a apporté son soutien au Collectif Diamant, à la fois en termes de financement et de pilotage des actions de cette démarche filière.

[> voir page 21](#)

[> Études socio-économiques](#)

## Soutien à l'association D'un bijou à l'autre

Et si le bijou contemporain ne se trouvait pas là où on l'attend ?

Pour cette troisième édition du Parcours Bijoux qui s'est tenue en octobre à Paris, Francéclat a apporté son soutien à l'association D'un bijou à l'autre.

Événement majeur et international, le Parcours Bijoux réunit à Paris près de 150 artistes, plasticiens et chercheurs de nombreux pays, pour faire découvrir une création à la croisée de l'art contemporain, de l'artisanat, de la mode, des métiers d'art et du design.

L'événement a eu la chance de passer entre les gouttes des restrictions sanitaires et a ainsi pu célébrer la création contemporaine du bijou au travers d'une trentaine d'événements (expositions, conférences, installations...).

Prochain rendez-vous en 2023!



# La Cachette

## Une campagne de communication collective pour séduire la Chine

En soutien à la filière des arts de la table, Francéclat s'emploie à élargir les débouchés sur le marché français comme à l'international.

### La cachette, the best-kept secrets of french tableware\*

\*Les secrets les mieux gardés des arts de la table français

Imaginée et déployée en 2018, La Cachette est une campagne de communication collective mise en place pour permettre aux fabricants d'arts de la table d'aborder ensemble le marché chinois. L'objectif : offrir de la visibilité au savoir-faire français et développer la filière en Chine. Elle s'appuie principalement sur le média social WeChat.

En 2020, Francéclat a poursuivi la communication collective arts de la table en Chine auprès des abonnés de son compte WeChat La Cachette. Ainsi, les membres de la fanbase ont pu recevoir 28 newsletters dédiées aux savoir-faire et aux produits français d'arts de la table. Une campagne de communication a également été menée sur différents forums afin de promouvoir La Cachette et les marques qui y sont présentées.



En Chinois, la marque La Cachette (乐可厨) se prononce Lè kě chú et signifie "le bonheur grâce à la cuisine".



### Marques participant à La Cachette

1. Aubry Cadoret
2. Claude Dozorme
3. Degrenne
4. Forge de Laguiole
5. Gien
6. Jean Dubost
7. La Rochère
8. Montgolfier
9. Orfèvrerie de France
10. Pillivuyt
11. Revol
12. Robert Haviland & C.Parlon
13. Sabre

### Comment participer?

Pour rejoindre les marques présentes sur la Cachette, n'hésitez pas à contacter Claire Henimann, Directrice du développement international à [c.henimann@franceclat.fr](mailto:c.henimann@franceclat.fr).

### Le saviez-vous?

Suite aux contacts générés grâce à La Cachette, un distributeur et 2 designers d'intérieurs chinois spécialisés dans la restauration sont venus en France en janvier 2020. Cela leur a permis de découvrir l'art de la table français en 3 étapes (Limoges, Laguiole et Paris), une bonne occasion de leur présenter les savoir-faire de 6 entreprises, de visiter le salon Maison & Objet, et de suivre un atelier dédié à l'art de la table à l'école de cuisine Ferrandi.

# Qualification des métaux précieux

## Connaître et tester les nouveaux alliages

Francéclat a à cœur de permettre aux fabricants et artisans de bijouterie-joaillerie et d'orfèvrerie de rester à la pointe de leur métier. C'est dans cette optique que nous menons une veille constante sur les nouveaux alliages, en particulier d'or, d'argent et de platine, ainsi que sur les équipements (technologies et machines) et les produits de protection de l'argent.

Pour garantir la pertinence de ce nouveau champ des possibles, nous réalisons les tests nécessaires permettant de caractériser ceux qui peuvent être intéressants pour nos ressortissants. Ainsi, en 2020, un rapport concernant la qualification d'un alliage mère a été diffusé. Nous avons également identifié un alliage d'or gris sans palladium ni nickel.

### L'alliage mère Divina de Metaltech

L'alliage mère Divina, proposé par la société italienne Metaltech, permet de fabriquer en fonte à cire perdue, des bijoux en fonte d'or gris 750 ‰ ne contenant pas de palladium ni de nickel. Dans nos métiers, cela signifie une réduction des coûts et la possibilité d'éviter les restrictions de REACH.

Le rapport d'essai « Étude de l'alliage mère Divina 812 de Metaltech » a été publié et diffusé à 36 fabricants.

Il reste disponible sur demande auprès de Nathalie Chauvassagne [n.chauvassagne@franceclat.fr](mailto:n.chauvassagne@franceclat.fr).



# Fonte à cire perdue

## Mieux comprendre et faire évoluer les procédés

**Bien que son usage remonte à la nuit des temps, le procédé de fonte à cire perdue reste très empirique et repose grandement sur le savoir-faire humain. Afin d'améliorer la compréhension, d'explicitier les phénomènes et de rationaliser ces métiers d'expérience, Francéclat mène des études techniques basées sur des mesures et analyses. Elles permettent d'enrichir la connaissance des fabricants et artisans de bijouterie-joaillerie-orfèvrerie en partageant les solutions scientifiques apportées à vos problématiques.**

En 2020, nous avons ainsi pu finaliser les essais et manipulations pour l'étude sur les porosités gazeuses, ainsi que les essais de fonte en or gris allié à du palladium à partir de moules en cire ou en résine conçus en fabrication additive.

### Porosités gazeuses

Les derniers essais nécessaires à l'étude ont été réalisés courant 2020. Les caractérisations des multiples coupes métallographiques et l'étude des localisations des porosités et de leurs quantités ont été mises en œuvre. La rédaction de la note technique a été initiée, elle sera publiée et diffusée à la profession en 2021.

### Fonte à cire perdue de modèles issus de fabrication additive

L'étude de l'utilisation en fonte directe des cires et résines issues de machines de fabrication additive a été complétée par des essais avec des alliages d'or gris palladié. L'objectif est de mettre en évidence le comportement des empreintes sous des températures de cycle élevées (température de cylindre de 720 °C et température de coulée de l'or gris de 1240 °C).

Plusieurs références de cires et résines ont été testées pour l'occasion, dont la nouvelle cire M2Cast produite par la société 3DSystems. Les essais réalisés feront l'objet d'une rédaction de note technique, à paraître au printemps 2021.

### Actualisation de la bibliothèque digitale des défauts de fonte

Depuis 2019, une bibliothèque des défauts de fonte est accessible sur [fonte.franceclat.fr](http://fonte.franceclat.fr). Enrichie et actualisée régulièrement, elle permet de naviguer simplement entre les différentes catégories de défauts, de consulter des fiches de cas pratiques et d'identifier les causes et les solutions possibles aux problèmes rencontrés en production.

Spécifiquement orienté vers nos ressortissants fondeurs, le site comptabilise 87 utilisateurs.



### Le saviez-vous ?

La fonte à cire perdue est une technique traditionnelle multiséculaire de fabrication de bijouterie. Elle consiste à couler le métal fondu dans l'empreinte laissée libre par la fonte du moule en cire ou en résine. La maîtrise du procédé reste très empirique et dépendante du savoir-faire de chaque fondeur, ainsi que de nombreux autres paramètres.

# État de surface et polissage

## Veille et amélioration des procédés

La qualité d'un bijou est en partie liée à la précision de sa finition, elle-même grandement liée au savoir-faire du polisseur. À travers ses divers travaux et essais, Francéclat s'emploie à rationaliser ces procédés en y appliquant une méthodologie scientifique, afin d'améliorer la connaissance de la profession. Notre objectif est de partager des solutions aux problèmes rencontrés en production, en menant une veille et en réalisant des études techniques en matière de finition des produits et contrôle d'aspect.

En 2020, Francéclat a ainsi réalisé des essais afin de définir une séquence d'étapes idéales pour la finition des pièces issues de la fabrication additive; testé un procédé de polissage laser; mené une campagne de mesure de l'efficacité du procédé de tribofinition; et soutenu les thèses doctorales concernant les techniques d'interprétation numériques des images, avec à terme, l'objectif de pouvoir intégrer ce procédé au process de production.

### Finition des pièces issues de la fabrication additive

#### Une séquence d'étapes pour un poli miroir de qualité

La recherche et l'analyse de l'efficacité des procédés pour polir les pièces issues de fabrication additive en métal précieux se sont poursuivies en 2020. Nous en avons tiré une séquence type d'étapes permettant de parvenir à la meilleure finition possible.

Une note technique compilant les étapes à réaliser dès la fin de l'impression des produits devrait paraître courant 2021.

#### Des tests prometteurs

Notre travail de veille nous a amenés à tester l'efficacité de plusieurs procédés de finition peu répandus.

Le polissage laser semble très prometteur, notamment pour lisser les surfaces de manière ponctuelle.

Le polissage par procédé MMP (Micro Machining Process) de Best in Class (BinC) permet de réaliser une très large plage de la gamme de finition en démarrant à partir des surfaces brutes.



### Le saviez-vous?

L'ensemble des résultats issus des essais est régulièrement présenté aux sociétés intéressées, en particulier lors des visites à la carte. Nous pouvons ainsi capitaliser sur cette expérience afin d'en faire bénéficier les sociétés faisant appel à notre équipe de Besançon.

## Tribofinition : évaluation de l'efficacité du procédé

Tout comme le polissage manuel, la tribofinition fait partie des procédés de finition répandus dans la grande majorité des ateliers. Pour avoir une vision complète de l'efficacité de ce process et des différentes familles de consommables disponibles, Francéclat a réalisé une importante campagne de mesures de l'efficacité du procédé de tribofinition avec machines à fond tournant sur des anneaux en argent et or jaune. Celle-ci conclut que si la tribofinition s'avère efficace pour couvrir une très large partie des gammes de polissage des produits, cela n'est vrai que sous réserve d'une mise en œuvre adéquate et de la maîtrise des différents facteurs, bien au-delà d'une mise en œuvre routinière. La prochaine étape consistera dans la réalisation des études sur les différents types de machines existantes.

## Un accompagnement personnalisé pour améliorer la production

Afin d'optimiser l'efficacité de la production et d'augmenter la part de finition mécanisée, nous proposons aux ateliers une prestation sur mesure pour maximiser l'efficacité de leur tribofinition. Outre les gains de temps et de qualité escomptés, l'accent est mis sur le transfert des éléments clés de process et de méthodologie pour que les ateliers acquièrent l'autonomie et les compétences nécessaires.

## Caractérisation des aspects de surface

Dans le cadre du projet NAPS (Numérisation, modélisation et pilotage de l'Apparence des états de Surfaces manufacturés), Francéclat finance des thèses doctorales et veille à la prise en compte des problématiques de la filière HBJO dans le cadre des recherches. Il s'agit de quantifier scientifiquement les perceptions visuelles et de les traiter via une solution logicielle qui interprète les images acquises comme le cerveau le fait avec l'œil. À terme, l'objectif est de pouvoir valider des étapes de fabrication ou de finition à partir de ces mesures.

Vous souhaitez recevoir une note technique ?  
N'hésitez pas à contacter Nathalie Chauvassagne à  
[n.chauvassagne@franceclat.fr](mailto:n.chauvassagne@franceclat.fr).



# Procédés de soudure

## Études et essais pour améliorer les procédés

Toujours au cœur de l'action visant à améliorer les connaissances de la profession et à apporter des solutions aux problèmes rencontrés en matière de soudure, notamment de soudure au laser, Francéclat continue d'enrichir les études techniques. En réponse aux attentes des donneurs d'ordre, nous souhaitons ainsi aider la profession à rationaliser et à apporter une approche plus scientifique à ces métiers d'expérience.

En 2020, Francéclat a approfondi ses travaux concernant l'état de l'art des soudures traditionnelles et la rationalisation des soudures laser. Ils ont permis de mieux cerner les process offrant les meilleures résistances.

### Étude sur l'état de l'art des soudures

L'état de l'art des soudures réalisées par les procédés les plus répandus (chalumeau oxyhydrique, chalumeau à crapaud et laser) a été étoffé en 2020. Ainsi, deux brasures en pâte et un quatrième atelier ont permis d'enrichir la comparaison et d'obtenir des données couvrant l'ensemble de la gamme des produits disponibles.

Ces tests comparatifs mettent en évidence que les soudures au chalumeau donnent, en règle générale, des soudures plus résistantes qu'au laser. Cela reste néanmoins très dépendant du mode opératoire suivi par le bijoutier. Les essais se poursuivront en 2021 afin de pouvoir proposer des recommandations sur le mode opératoire en vue de stabiliser la qualité tout en augmentant la résistance mécanique des assemblages.

### Rationalisation du soudage laser sur les métaux précieux

Le deuxième volet de l'étude concerne la rationalisation du soudage laser pour évaluer l'impact des différents paramètres machine et process. Elle intègre une dimension liée aux paramètres réglables (diamètre du faisceau, temps d'impact ou encore puissance) qui ont donné lieu à des tests. Cela a notamment permis d'alimenter la base de connaissance du soudage laser des métaux précieux et ses bonnes pratiques. Une note technique sera disponible en 2021.

Cette étude s'intéresse également à la dimension liée à l'environnement machine et à la partie axée process (propreté des pièces, état de surface, gaz...) pour laquelle les travaux se poursuivent.



# Les prestations à la demande

## Un accompagnement sur-mesure pour mieux comprendre et mieux produire

Francéclat met ses moyens et ses compétences à la disposition des entreprises sous forme de prestations individuelles payantes (études, contrôles, essais, analyses, expertises...).

Ces accompagnements peuvent faire appel à l'ensemble des connaissances, savoir-faire et expertises acquis dans le cadre des actions collectives. Pour les entreprises, cela représente un précieux apport dans leur process de travail par une montée en compétence ou un complément d'expertise. Pour Francéclat, ces prestations sont également l'occasion de se confronter à la réalité des problématiques de production.

### Marquage au laser des poinçons

À l'issue de l'intervention de Francéclat et de l'audit mené conjointement avec les Douanes, 8 nouvelles autorisations à marquer au laser les poinçons attestant la garantie du titre ont été délivrées par les Douanes en 2020.

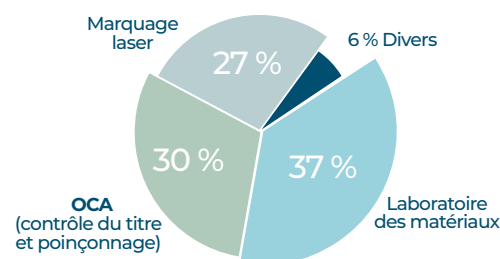
Au total, depuis le lancement officiel du marquage au laser en février 2015, 47 fabricants ont été autorisés pour un parc de 81 machines.

### Contrôle du titre et poinçonnage

L'actualité 2020, c'est le renouvellement pour une durée de quatre ans de l'accréditation du Laboratoire des matériaux et essais de Francéclat. Depuis plus de 15 ans, notre Laboratoire est accrédité COFRAC selon la norme NF EN ISO/IEC 17025 pour le dosage des métaux précieux (accréditation n° 12021, portée disponible sur [www.cofrac.fr](http://www.cofrac.fr)), gage de la compétence technique et de la capacité à produire des résultats valides appuyés sur un système qualité robuste.

en 2020  
+ de 100 clients

Répartition des prestations individuelles (en CA)



### Laboratoire des matériaux et essais (LME)

Le Laboratoire des matériaux et essais (LME) intervient sur 4 grands domaines d'interventions : les analyses chimiques et physico-chimiques, les essais mécaniques et d'usure/chocs, la métallurgie/microscopie et enfin les contrôles des traitements de surface.

Top 5 des demandes faites au LME : Dosage de l'or/Libération du nickel/Essai de résistance à la corrosion (brouillard salin)/ Mesure d'épaisseur/Essai de résistance au vieillissement (la chaleur humide).

### Le saviez-vous ?

Afin de fournir des résultats valides correspondant aux exigences des clients et de participer à la garantie des titres des ouvrages en métaux précieux mis sur le marché français, le laboratoire de Francéclat est engagé depuis de nombreuses années dans une démarche de management de la qualité et d'amélioration continue.

La norme NF EN ISO/IEC 17025 a fait l'objet d'une révision publiée en novembre 2017 pour renforcer encore la confiance dans le fonctionnement des laboratoires. Cette nouvelle version introduit davantage d'exigences en termes de performances et de maîtrise des risques.

Vous souhaitez envisager une prestation, nous questionner concernant un audit ? N'hésitez pas à contacter Stéphane de Braquilanges, Directeur technique de Francéclat à [s.debraquilanges@franceclat.fr](mailto:s.debraquilanges@franceclat.fr)

# Travaux de normalisation

## Élaboration et révision des normes en horlogerie-bijouterie-joaillerie

Rôle souvent méconnu et néanmoins majeur, Francéclat intervient en profondeur en matière de normalisation à travers deux missions.

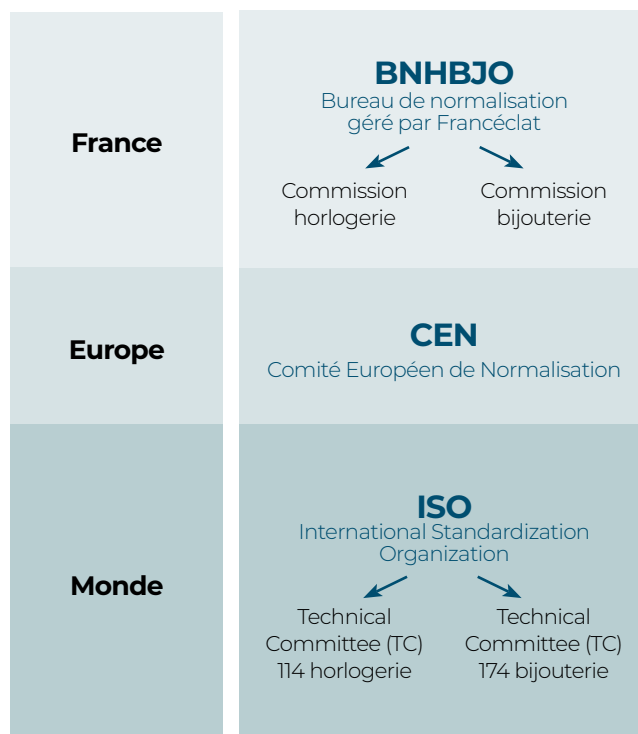
D'une part, Francéclat organise les commissions de normalisation françaises pour l'horlogerie et la bijouterie, en assure le secrétariat et veille au bon déroulement du débat et à la création d'un consensus. Nous organisons également la participation française à l'échelon européen et international.

D'autre part, Francéclat intervient en tant qu'expert au sein des commissions de normalisation (françaises, européennes et internationales) afin d'apporter ses connaissances pour enrichir le débat et proposer les résultats de tests qu'il mène, comme ceux réalisés notamment pour la normalisation horlogère.

### Créer des standards communs

Engagé sur le plan national et international, Francéclat s'emploie à co-construire des standards communs pour créer des références auxquelles les produits auront ensuite à se conformer dans le monde entier. Ce travail de fond est stratégique afin de ne pas subir des choix qui pourraient avantager des concurrents internationaux.

### 3 échelons de normalisation pour nos métiers



### Le saviez-vous ?

Le **Bureau de Normalisation pour l'Horlogerie, la Bijouterie, la Joaillerie et l'Orfèvrerie (BNHBJO)**, géré et financé par Francéclat, est agréé par le Ministère de l'économie en tant que bureau de normalisation sectoriel, l'équivalent de l'Afnor dans la plupart des autres secteurs. Cette position permet la gratuité de la participation aux commissions de normalisation.



## Du côté de la bijouterie-joaillerie

Le groupe de travail 1 (WG1) du Comité technique de normalisation internationale de la bijouterie est très actif dans l'élaboration et la révision des normes relatives aux méthodes de détermination du titre des métaux précieux. Le groupe de travail 2 (WG 2) menant des travaux sur les diamants s'est réuni une fois dans l'année.

Les travaux ont conduit à la publication des normes suivantes :

- **ISO 15093** « Dosage de l'or, du platine et du palladium à haute pureté - Méthode par différence utilisant l'ICP-OES »;
- **ISO 15096** « Dosage de l'argent à haute pureté - Méthode par différence utilisant l'ICP-OES »;
- **ISO 22764** « Titre des brasures utilisées pour les alliages de métaux précieux pour les articles de joaillerie et de bijouterie »;
- **ISO 24018** « Spécifications pour les lingots d'or de 1 kilogramme »;
- **ISO 24016** « Classification des diamants taillés - Terminologie, graduations et méthodes d'essai ».

## Des normes communes à l'horlogerie et à la bijouterie-joaillerie

Francéclat participe aux travaux européens du WG1 « Métaux » du CEN/TC 347 « Méthodes d'analyses des substances allergènes » sur la révision des normes relatives à la détermination du taux de nickel libéré par les articles en contact avec la peau. La norme NF EN 12 472 « Méthode de simulation de l'usure et de la corrosion accélérées pour la détermination de la teneur en nickel libéré par les objets revêtus » a ainsi été publiée. Le WG1 s'est réuni six fois et la Commission française quatre fois dans l'année.

**12** réunions relatives à l'élaboration des normes ont été organisées et animées par Francéclat en 2020. Les avancées de ces travaux sont régulièrement publiées dans Tech Infos.

## Du côté de l'horlogerie

La délégation française, dont fait partie Francéclat, a participé, conformément aux mandats assignés par la Commission française, aux travaux menés au niveau international par l'ISO/TC 114, qui ont conduit à la publication des normes suivantes :

- **ISO 764** « Montres résistantes au magnétisme »;
- **ISO 18684** « Habillages de montre en matériaux durs - Exigences générales et méthodes d'essais »;
- **ISO 23346** « Horloges radio-contrôlées - Méthode de mesure pour la réception de signaux »;
- **ISO 14368-4** « Verres de montres minéraux et en saphir - Partie 4 : traitements antireflet ».

La France assurant la présidence et le secrétariat du sous-comité 5 de l'ISO/TC 114 chargé d'élaborer les normes relatives aux produits luminescents, la Commission française a concentré ses efforts dans le pilotage de la révision de la norme ISO 17514 sur les dépôts photo-luminescents.

## Fiabilité des produits et composants horlogers

En sa qualité d'expert auprès des instances française et internationale de normalisation, Francéclat a poursuivi ses essais en matière de :

- **Caractérisation des traitements antireflet des verres de montres** (NF ISO 14368-4);
- **Caractérisation des composants munis de dépôts photoluminescents** (norme ISO 17514);
- **Résistance des montres à un champ magnétique**;
- **Amélioration de l'essai de condensation** relatif au contrôle des montres étanches (décrit dans la norme ISO 22810).

### Mais de quoi parle-t-on ?

\* WG ou Working Group : groupe de travail

**ISO/TC 114** est le comité technique de normalisation internationale (technical committee) n° 114 pour l'horlogerie. De même, **ISO/TC 174** représente le comité technique de la bijouterie. SC signifie sous-comité.

**CEN/TC** : Comité technique de la Commission de Normalisation Européenne

### [mouvements.franceclat.fr](http://mouvements.franceclat.fr)

une base de données des mouvements de montre

Depuis janvier 2019, la base de données qui recense les principaux mouvements de montres mis sur le marché est accessible en ligne. En 2020, elle a été enrichie de 11 mouvements pour un total de plus de 1 000. De plus, 12 mouvements supplémentaires ont été testés par Francéclat et ont fait l'objet d'une fiche de mesures détaillées.

# Tests qualité en bijouterie-joaillerie

## Comprendre l'origine des défauts pour mieux produire

La fabrication en bijouterie-joaillerie est culturellement un métier artisanal, et c'est ce qui a longtemps fait son charme et son mystère. Mais dans cette nouvelle ère d'industrialisation et de production en série, Francéclat s'emploie à définir des tests et contrôles pertinents afin de mieux comprendre l'origine des défauts (casse ou défaut d'aspect) et de vous permettre d'y remédier.

En 2020, nous nous sommes attachés à définir des protocoles d'essais et de tests en matière de contrôle du sertissage et de fiabilité des fermoirs.

### Conformité du sertissage et tenue des pierres

Afin de proposer un panel large d'essais pour valider une conception ou qualifier un assemblage, plusieurs tests ont été imaginés et expérimentés : vibration, ultrasons, chocs...

### Fiabilité des fermoirs

Notre banc de vieillissement, enrichi de nouvelles fonctions en 2020, a permis de réaliser de nombreux tests sur ce type de pièces. D'autres éléments comme des systèmes de boucle d'oreille ou des clips ont également pu être testés.

Des prestations de suivi et d'évolution de fonctionnement lors du vieillissement ont depuis été proposées et réalisées.

### Ensemble de chaînes (colliers et bracelets)

Un protocole d'essai sur notre machine de traction-choc a été défini. Francéclat a débuté et continue de tester différentes typologies et modèles courants de colliers afin de créer une bibliothèque de résultats permettant de comparer les nouveaux essais à des éléments de référence.



### Une base de données de tests et contrôles en construction

Francéclat travaille toujours à enrichir une base de données intégrant des tests et contrôles (mécaniques, chimiques ou climatiques) susceptibles de s'adapter à la bijouterie-joaillerie.

# Actions de financement

## Soutenir et sécuriser votre développement d'entreprise

Fidèle à sa vocation première de soutien à ses ressortissants, Francéclat intervient sur les actions de financement à deux niveaux.

D'une part, nous proposons un renforcement des fonds propres à travers un fonds sectoriel. Véritable marque de confiance et levier de développement, la démarche existant depuis plusieurs années avec la Société de Développement de l'Horlogerie (SDH) a été étendue aux acteurs des filières bijouterie-joaillerie et arts de la table en 2020.

D'autre part, Francéclat a signé un partenariat avec la plateforme de crowdlending [credit.fr](https://credit.fr) afin de faciliter l'accès à un financement rapide d'opérations vues avec réticence par le système bancaire classique.

### Une stratégie d'investissement basée sur l'intelligence collective

Face au besoin renforcé par la crise pandémique, deux ateliers ont été organisés. Ils ont rassemblé des représentants des professionnels, organisations professionnelles, Francéclat et la SDH. Leur objectif était de mieux identifier le besoin puis de définir une stratégie d'investissement idéale sur le volet amont (la fabrication) et aval (la distribution spécialisée).

Pour les fabricants, le besoin de financement estimé s'élève à hauteur de 30 à 35 millions d'euros dans les prochaines années. Il est donc apparu indispensable de s'appuyer sur une société de

gestion bénéficiant des agréments nécessaires à la gestion pour compte de tiers délivrés par l'Autorité des marchés financiers (AMF) et expérimentée dans les investissements en capital dans les PME (small caps, voire mid caps). Après étude de potentiels partenaires, le Conseil d'Administration de Francéclat a finalement retenu, le 22 janvier dernier, la société Turenne Capital. Les discussions se poursuivront en 2021 afin de finaliser les conditions de collaboration du fonds sectoriel qui sera ainsi créé.

Côté distribution, après examen de plusieurs possibilités, c'est finalement le partenariat avec la plateforme de crowdlending [credit.fr](https://credit.fr) qui est apparue comme la piste plus adaptée.

### **Vous accompagner dans le renforcement de vos fonds propres**

Dans la vie de toute entreprise, les fonds propres sont un gage de stabilité et garantissent la capacité à investir. Signes de la confiance et de l'engagement des actionnaires, ils sont un marqueur important en situation de développement, de consolidation en période de croissance, et de transmission d'entreprise.

C'est pourquoi Francéclat a identifié le renforcement des fonds propres des PME des filières comme un axe majeur du contrat de performance 2020-2023.

### **Les fonds propres, grandir en restant libre**

Pour nombre de PME, les fonds propres sont essentiels et pourtant l'ouverture du capital n'est pas facilement envisagée : peur de perdre le contrôle au profit d'un investisseur, sentiment que ce type d'action est réservé aux plus grands, isolement et manque d'information sur le sujet...

#### **Un double bénéfice**

Comme le démontre la pratique de la SDH, la filiale de capital-risque de Francéclat, un fond sectoriel comporte un double avantage : elle permet l'injection de liquidités dans l'entreprise et sert de marqueur de confiance à l'intention des partenaires de l'entreprise, à l'instar d'une forme de labellisation sectorielle.

### **Mais de quoi parle-t-on ?**

**Le crowdlending**, ou crédit communautaire, est une activité financière qui consiste en des prêts d'argent par des particuliers (mais éventuellement aussi d'institutionnels), sous la forme de remises de fonds avec engagement de remboursement. Ils sont particulièrement intéressants pour offrir des solutions alternatives, notamment lorsque les projets ne sont pas de nature à supporter des garanties (nantissement, gage, hypothèque, etc., qui portent sur des biens physiques, locaux, machines ou stocks).



## Un partenariat avec la plateforme de financement participatif

Francéclat a conclu un partenariat avec [credit.fr](https://www.credit.fr), plateforme de financement participatif leader en France, qui propose une solution de financement alternative, rapide, flexible et adaptée aux besoins des entreprises des filières de l'horlogerie, de la bijouterie-joaillerie et des arts de la table, détaillants comme fabricants (trésorerie, investissement, stocks, matériel...).

En finançant leurs projets sur Credit.fr, les entreprises bénéficient directement de l'épargne de particuliers et dans certains cas d'institutionnels.

### Le fonctionnement est simple et rapide:

- une réponse définitive en 48 h;
- des prêts de 20 000 € à 2,5 millions d'euros ;
- un déblocage des fonds en moins de 10 jours ;
- aucune caution personnelle ;
- pas de pénalité en cas de remboursement anticipé.

### Les avantages liés au partenariat Francéclat:

- une réduction de 20 % sur les frais de dossier ;
- un contact dédié à nos filières horlogerie, bijouterie, joaillerie et arts de la table.

## Pour réaliser une demande en direct, suivez les liens

**Fabricants :** [https://www.credit.fr/emprunter/pre\\_t\\_pme/franceclat\\_fab](https://www.credit.fr/emprunter/pre_t_pme/franceclat_fab)

**Détaillants :** [https://www.credit.fr/emprunter/pre\\_t\\_pme/franceclat\\_dis](https://www.credit.fr/emprunter/pre_t_pme/franceclat_dis)

## Le PGE : un soutien à double tranchant

En période de crise sanitaire, les Prêts Garantis par l'État (PGE) ont permis de soutenir les entreprises et de réinjecter des liquidités tout en consolidant la trésorerie. Toutefois, nous constatons qu'ils sont venus massivement déséquilibrer les bilans en ajoutant des monceaux de dettes au passif des entreprises. Ces niveaux élevés d'endettement vont être un sérieux obstacle lorsqu'il s'agira de financer de nouveaux besoins.

# Subventions exceptionnelles

## Soutenir les initiatives en appui aux filières

Entre la réforme de l'apprentissage et le contexte sanitaire inédit, Francéclat est venu en soutien d'institutions ou d'initiatives collectives indispensables à l'avenir de nos filières.

### Centre de Formation d'Apprentis (CFA) de la bijouterie-joaillerie de Paris

L'année 2020 a vu la mise en œuvre effective de la réforme de l'apprentissage issue de la loi du 5 septembre 2018. Outre le transfert du financement de l'apprentissage des régions à France Compétence, les modalités de prise en charge ont également été modifiées avec la mise en place des « coûts contrat » à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2020 qui, pour différentes raisons, ont posé un problème spécifique au CAP arts et techniques de la bijouterie-joaillerie - option bijouterie-joaillerie- assuré par le CFA de la bijouterie-joaillerie de Paris. En l'absence structurelle de fonds propres et dans le contexte

de crise sanitaire, la situation financière du CFA est apparue très difficile, menaçant sa survie à court terme.

Eu égard au danger pesant sur la pérennité de cet outil reconnu comme essentiel par la filière, danger souligné par le Commissaire aux comptes du CFA qui s'est interrogé sur la nécessité de recourir à la procédure d'alerte prévue par les textes régissant son action, le Conseil d'Administration de Francéclat a décidé, sur proposition de son Comité stratégique, d'apporter un soutien exceptionnel au CFA, sous la forme d'une subvention de 200 000 €, afin de lui permettre de passer le cap difficile de la modification du niveau de prise en charge et d'adapter la structure de coûts du CFA à cette nouvelle donne.

### Laboratoire Français de Gemmologie

Dans le cadre de la pandémie de Covid 19 et afin de maintenir la compétitivité de la place de Paris dans un fort contexte concurrentiel, Francéclat a apporté une contribution en accompagnant le LFG dans l'acquisition d'un spectromètre à dispersion d'énergie des rayons X. Celui-ci permet notamment d'apporter des éclairages sur de potentiels traitements ou synthèses, de déterminer l'origine géographique d'une gemme, ou encore de faire la distinction entre perles d'eau douce et perles d'eau de mer.

# Remerciements

**Nous tenons à remercier  
les administrateurs de notre Conseil d'Administration et  
les chambres syndicales avec qui nous travaillons en étroite collaboration :**

la BOCI, la CAT, la Fédération de l'Horlogerie, la FNAMAC,  
France Horlogerie, l'UBH et l'UFBJOP.

**Nous remercions aussi  
les présidents de nos différentes Commissions pour leur investissement  
décisif dans l'élaboration et la mise en œuvre de nos actions :**

Jean-Louis Nidermaier, administrateur de la BOCI,  
pour la Commission création & innovation;

Francis Chauveau, DGA affaires industrielles de Hermès International,  
pour la Commission technique;

Gwenaëlle L'Hénoret, Vice-Présidente marketing groupe de Arc,  
pour la Commission études statistiques et économiques;

Nadia Gaumont, Directrice générale de FP Consulting Group,  
Blandine Franc, Directrice marketing international de Dior Maison,  
pour les Commissions développement France;

Pierre Burgun, Président directeur général de Pierre Lannier,  
Dominique de Blanchard, administratrice de l'UFBJOP,  
David Burnel, Président de Pillivuyt,  
pour les Commissions développement international;

Thierry Villotte, Président de la CAT,  
pour la Commission de contrôle financier.

**Nous remercions enfin  
les 300 professionnels qui s'engagent à nos côtés,  
au nom du collectif, et participent aux structures de réflexion  
et de décisions de Francéclat.**



CRÉATION & INNOVATION  
OBSERVATOIRE FRANCÉCLAT & PROSPECTIVE  
DÉVELOPPEMENT FRANCE  
DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL  
TRANSITION NUMÉRIQUE

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

NORMES & RÉGLEMENTATIONS  
EFFICIENCE DES SYSTÈMES DE PRODUCTION

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

[www.franceclat.fr](http://www.franceclat.fr)

