



Bijouterie : Le Manège à Bijoux conserve son titre de “Top Enseigne”

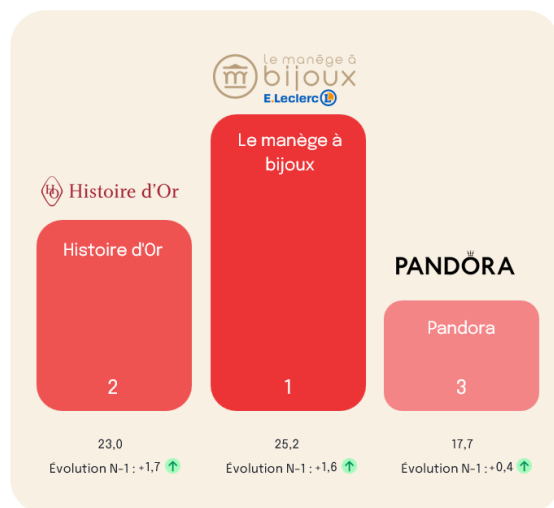


Bonial et Ipsos présentent la deuxième édition du baromètre de l'attractivité des enseignes françaises. Basée sur les réponses de 10 000 Français, cette étude évalue plus de 350 enseignes réparties sur 20 secteurs d'activité. Elle révèle comment les enseignes attirent les consommateurs et l'évolution de leur attractivité depuis un an. Dans le secteur de la bijouterie, 10 enseignes ont été évaluées selon 11 critères comme la variété de l'offre, la fréquence des promotions en passant par le rapport qualité prix.

Télécharger
l'étude



Le Manège à Bijoux conserve son titre de Top Enseigne – secteur bijouterie



Dans le secteur de la bijouterie, l'indice secteur s'élève à 17,6. Il s'agit de la moyenne des notes obtenues par l'ensemble des enseignes sur les 11 critères étudiés. Cette année, le classement du top 3 reste inchangé. Le Manège à Bijoux (E.Leclerc) conserve son titre de Top Enseigne, avec un indice de 25,2 (+1,7 point vs l'an dernier). Histoire d'Or se classe toujours en deuxième place avec un indice de 23 (+1,6 point), suivi de Pandora avec un indice de 17,7 (+0,4 point).

L'attractivité prix apparaît comme le critère ayant l'écart-type le plus élevé. Cela signifie que les enseignes du secteur ont une réelle opportunité de se démarquer sur cet aspect.

Les Top Enseignes 2026 – bijouterie – sur chaque critère d'attractivité commerciale

Dans le secteur de la bijouterie, plusieurs enseignes se distinguent selon les critères étudiés.

Le Manège à Bijoux se démarque sur l'ensemble des critères liés aux prix, notamment sur l'attractivité prix et le rapport qualité-prix, et sur les critères promotionnels comme la générosité,

la fréquence et l'utilité, où elle devance CLEOR cette année. Elle est aussi perçue par les Français comme l'enseigne la plus facile d'accès du secteur.

Histoire d'Or s'impose toujours sur l'expérience d'achat en magasin. Elle est également reconnue pour sa pertinence et variété de l'offre où elle détrône Pandora.

Sur la qualité de l'offre, c'est Mauboussin qui maintient sa position de leader.

Enfin, en matière de responsabilité sociétale, Fossil obtient toujours le meilleur indice d'attractivité commerciale.

Critère	Enseigne	Indice enseigne	Indice secteur	Evolution N-1
Attractivité prix	Le manège à bijoux	40,6	20,9	+3,8
Rapport qualité prix	Le manège à bijoux	41,5	24,7	+3,9
Utilité des promotions	Le manège à bijoux	15,0	11,6	+0,3
Générosité des promotions	Le manège à bijoux	15,0	9,9	
Fréquence des promotions	Le manège à bijoux	20,2	11,6	+0,8
Pertinence de l'offre	Histoire d'Or	26,0	21,3	+1,9
Qualité de l'offre	Mauboussin	28,6	24,8	-0,4
Variété de l'offre	Histoire d'Or	30,3	25,1	+2,4
Facilité d'accès au magasin	Le manège à bijoux	35,7	25,2	+3,9
Expérience d'achat en magasin	Histoire d'Or	26,9	22,4	+2,8
Responsabilité sociétale	Fossil	12,7	9,5	-0,8

Méthodologie



Échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus de 10 000 personnes. 359 enseignes étudiées, réparties sur 20 secteurs d'activité.

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

Les interviews ont été réalisées du 19 septembre au 4 octobre 2025.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : " Baromètre réalisé par Ipsos BVA pour Bonial – 2^{ème} édition – 2025 "et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

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

Contacts presse

Agence VIANOVA

bonialpresse@vianova-rp.com

Hamza Chemrakhi : +33 6 70 05 78 98

Justine Turc-Guiborat : +33 6 71 23 32 22

Bonial | Emily Tamazirt

emily.tamazirt@bonial.fr

+33 7 69 20 93 87



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

Pour plus d'informations, veuillez visiter notre site

