



SERVICES DISTRIBUTION

Diamant : les ventes sur Internet se développent avec l'envolée des prix

Par **Valérie Leboucq** | 14/02 | 12:45 | mis à jour le 15/02 à 17:51

Comme l'or, le diamant ne cesse de progresser tiré par la demande des Chinois et des Indiens. En France, des sites de vente en ligne comme Celinni ou Adamence.com observent, en plus de l'achat plaisir et cadeau, l'émergence d'une demande à titre de placement.



DR/Adamence

Les cours de l'or ont bondi de 300 % depuis 2005. Ceux du diamant suivront-ils le même chemin ? La deuxième étude du cabinet Bain sur l'industrie mondiale « 2012 Global Diamond Industry report » avec le Centre Mondial du Diamant d'Anvers (1) souligne en tout cas la forte augmentation de la demande de diamants bruts issue des classes moyennes en Inde et en Chine. Deux pays où la joaillerie, comme les montres et les automobiles de luxe,

signent la réussite sociale et une richesse qu'il est de rigueur d'afficher. Progressant au rythme de quelque 6 % par an, le marché mondial du diamant brut devrait atteindre 26,1 milliards de dollars en 2020 en progression de plus de 60 % par rapport à son niveau de 2011 (15,6 milliards). A cette échéance, l'Inde et la Chine totaliseront la moitié du marché, l'ensemble Etats-Unis/ Japon et Europe tombant en dessous de 40 % et le Moyen Orient s'établissant à 10 %. Les prix des pierres taillées et montées suivent la même courbe ascendante s'appréciant en moyenne de 5 % par an.

Les traditions ont la vie dure : en France, le diamant reste synonyme de bague de fiançailles pour 60 % des femmes interrogées (on est à plus de 80 % aux Etats-Unis).

75 % des foyers à haut revenus (100.000 dollars et plus par an) en possèdent au moins un. La pierre qui symbolise l'éternité arrive en tête des souhaits de cadeau, suivie par les voyages. Si Cartier demeure la première marque citée, les maisons de luxe et de mode qui ont toutes lancé leurs propres lignes de bijoux sont également mentionnées spontanément réduisant d'autant l'espace pour la distribution traditionnelle d'horlogerie/bijouterie. Toujours selon Bain, seulement 15 % des Français envisagent le diamant comme un investissement (contre 50 % des Indiens). Mais les choses sont peut-être en train de changer. Y compris sur Internet.

Guide d'achat

C'est le constat d'Alexandre Murat, pdg fondateur du site Adamence.com qui vient d'ailleurs d'éditer un petit guide de l'achat diamant. « *Un beau diamant, bien taillé ne peut que s'apprécier sur cinq ou dix ans et constitue comme l'or un moyen de diversification de son patrimoine ; d'autant que facilement transmissible, il offre un rapport qualité/poids imbattable* » dit-il. Pour mériter l'achat à titre d'investissement, un diamant doit remplir certains critères. Son poids doit atteindre au minimum un carat, sa pureté doit être comprise entre les grades IF et V V S 2, et sa couleur doit être notée D,E ou F, pas en deçà. Enfin, sa taille doit avoir été faite dans les règles de l'art. Lancé en 2005, le site Adamence.com (3 millions d'euros de chiffre d'affaires en 1012) affiche un panier moyen (hors TVA) de 750 euros. Plutôt en baisse depuis trois ans, ajoute le manager qui s'est adapté en étoffant son offre de pièces petits prix, inférieurs à 350 euros permettant l'achat d'impulsion réalisé par la clientèle féminine. « *Les femmes représentent les deux tiers des visites de notre site tandis que les hommes réalisent encore les deux tiers des ventes* » note-t-il. Plébiscité, l'or à 9 carats permet de contenir les budgets. Assez logiquement, compte tenu de la flambée des prix du 18 carats, sa

LE FUTUR SE PREPARE
MAINTENANT,
METTONS-NOUS AU
TRAVAIL.™

Lire "Mobilizing the Enterprise"

Processus Métier, Solutions
& Services Technologiques

Cognizant

LUXE

Chloé au Mandarin Oriental

Par Cécile Michel | 19/02 | 17:00

Fabergé à Houston

Par Cécile Michel | 19/02 | 11:35

Lema, on l'aime

Par Thierry Gandillot | 18/02 | 16:30 | mis à jour à 16:39

ABONNEZ
VOUS

1€ le premier
mois *

Service Unavailable

HTTP Error 503. The service is unavailable.

dossiers

Le Vendée Globe à l'épreuve de la crise



consommation exposée.



DR/Celinni

Diamantaire par atavisme familial, David Sussman fait partie des rares professionnels français admis à opérer sur la bourse du brut d'Anvers. Il s'est lancé sur la toile à peu près au même moment qu'Alexandre Murat. Son site Celinni.com ne vend quasi exclusivement que du diamant et affirme pratiquer des prix inférieurs de 15 % à ceux de ses concurrents sur internet. « *Pas d'intermédiaire, des marges tirées, et un approvisionnement mondialisé* »

avance-t-il en guise d'explication. Comme Adamence ou Blue Nile, pionnier américain de la vente de diamant en ligne, Celinni garantit à ses clients un délai de 30 jours pendant lesquels ils peuvent changer d'avis et se faire rembourser. Celinni dispose d'un show-room situé dans le 9ème arrondissement de Paris, quartier historique des négociants de pierres. La fabrication des bijoux se fait dans des ateliers de sous-traitants parisiens eux aussi.

Avec un panier moyen élevé, 3.500 à 4.000 euros et un chiffre d'affaires de 1,7 millions d'euros en 2012, Celinni s'adresse surtout à une clientèle de cadres dirigeants et professions libérales avec depuis quelques années « *de plus en plus de clients internationaux, chinois en particulier* » raconte David Sussman. Epaulé par la Coface, il s'approprie d'ailleurs à ouvrir une deuxième plate forme de vente plus show room à Hong Kong.

(1) l'étude s'appuie sur une enquête de plus de 5.000 consommateurs finaux aux Etats-Unis, Inde, Chine ainsi que Royaume Uni, Allemagne, France et Italie.

Tweeter 7 J'aime 44 Share 4 0

Écrit par **Valérie LEBOUQC**
vlebouc@lesechos.fr

Tous ses articles

A LIRE AUSSI

Retraites : vers une nouvelle réforme dès 2013 La réforme de la réforme des retraites

Le luxe s'offre une cure de jouvence grâce à Internet

Les petits patrons gagnent en moyenne 4.248 euros par mois

Bruce Willis donne un conseil fiscal à François Hollande

Leclerc et Casino testent le magasin du futur

ABONNEZ VOUS  **1€** le premier mois *



Célibataire et cadre sup?

Rejoignez Attractive World, le site de rencontre haut de gamme avec sélection à l'entrée.



Perdre du Ventre ?

Cette méthode pour Hommes peut vous aider à éliminer facilement vos kilos superflus. Cliquez



Investissement Métaux

240% par an en moyenne ces 2 dernières années. Découvrez l'investissement dans les Métaux Rares

Publicité 

Quand le Louvre s'installe à Lens

Windows 8, le pari du renouveau pour Microsoft

Tous les dossiers

articles les plus...

... LUS	... PARTAGÉS	... COMMENTÉS
1	Goodyear : l'incroyable courrier du PDG de Titan à Montebourg	82616
2	Goodyear : la lettre de Titan à Montebourg	17466
3	Cameroun : Paris appelle les Français à quitter l'extrême nord	4526
4	Crédit Agricole SA : perte historique de 6,5 milliard d'euros en 2012	3742

Les Echos
- BILANS GRATUITS -

 **Prix de vente des fonds de commerce par région**

Toutes les infos entreprises et dirigeants

partenaires

Deloitte Dossier exclusif **RECEVOIR DE LA DOCUMENTATION GRATUITE** Courtiers **LUX RESIDENCE** Lux-Residence

webimm.com webimm.com

services

- Bourse en ligne
- Supplément dossier partenaire
- Immobilier d'entreprise
- Les 100 premiers jours d'un dirigeant
- Location Bureaux
- Immobilier de prestige
- Espace trading
- Gérer votre patrimoine
- Créer votre entreprise en franchise

Ajouter un commentaire

DÉJÀ INSCRIT

Pour commenter cet article, identifiez-vous :

Votre identifiant

.....

Je me connecte

Identifiants perdus ?

Charte d'utilisation

C'EST VOTRE PREMIER COMMENTAIRE ?

Je crée mon compte

Les maisons outsiders du luxe

Identifier les pépites, les cibles et les challengers de demain

En savoir plus

Le marché du luxe

- En savoir plus

www.lesechos.fr/entreprises-secteurs/service-distribution/actu/0202564353303-diamant-les-ventes-sur-internet-se-developpent-avec-l-envolee-des-prix-53... 3/3