



Bagues de fiançailles : les Français séduits par les joailliers made in France



La marque Mauboussin est première devant Tiffany & Co., Van Cleef & Arpels, Chanel Joaillerie et Chaumet. RelaxNews / dragon_fang/shutterstock.com

Les marques de luxe et joailliers français ont la cote dans l'Hexagone, d'après une enquête conduite par la société de conseil et d'études marketing **Promise Consulting**, rendue publique jeudi 5 février. Mauboussin, Chanel, ou Dior se placent ainsi dans le top 10 des marques idéales aux yeux des Français.

Pour parvenir à ce top 10, Promise a analysé la notoriété de 47 marques de joaillerie et haute joaillerie proposant des bagues de fiançailles, ainsi que leur "caractère aspirationnel". Plus concrètement, les répondants ont été conviés à donner une note de 1 à 7 aux marques présentées : 1-2 correspondant à "éloigné ou très éloignée de l'idéal" et 6-7 à "idéale ou proche de l'idéal".

Premier constat marquant : sept maisons de luxe et joailliers français figurent dans le top 10 des marques idéales : Dior, Chanel, Mauboussin, Van Cleef & Arpels, Chaumet, Louis Vuitton, et Cartier. Côté marques étrangères, seuls l'Américain Tiffany & Co., le Suisse Chopard et l'Italien Bulgari parviennent à se démarquer.

Si la haute joaillerie de la place Vendôme fait rêver les 18-34 ans (Van Cleef & Arpels et Chaumet sont en tête auprès de cette tranche d'âge), les plus jeunes voient en Louis Vuitton (48%) et Chanel (43%), maisons plus connues pour leurs collections de mode, de couture, et d'accessoires, des marques proches de leur idéal en matière de bagues de fiançailles. Elles se placent ainsi en 3e et 4e positions du classement des 18-34 ans.

Mauboussin, marque idéale pour dire "oui"

Le joaillier français prend la première place de ce classement, toutes tranches d'âge confondues. Il se place devant Tiffany & Co., Van Cleef & Arpels, Chanel Joaillerie et Chaumet.



Des changements dans la stratégie de communication de Mauboussin, qui s'affiche désormais dans des campagnes télévisées, d'affichage et même dans le métro, ont été opérés depuis quelques années maintenant. Une transformation qui semble avoir séduit les clients potentiels.

RelaxNews