

---

**DOSSIER DE PRESSE**

---

# **PRINT'OR 2005**

**13<sup>e</sup> rencontre internationale  
des professionnels HBJO**

**Les 6, 7 et 8 février 2005  
Lyon-Eurexpo – France**

**Lyon,  
7 janvier 2005**

# o m m a i r e

- 1 Communiqué de presse P.3**  
PRINT'OR 2005 : Une 13<sup>ème</sup> édition placée sous le  
signe du mouvement !
  
- 2 PRINT'OR 2005 : les nouveautés P.4**  
Les nouveaux services  
Les animations sur le Salon  
Les nouveautés exposants
  
- 3 Les Trophées PRINT'OR sur un air de Samba P.9**
  
- 4 Le salon PRINT'OR s'inscrit au cœur de la  
stratégie de Lyon Vision Mode P.10**  
Trois questions à Gérard Collomb,  
Sénateur Maire de Lyon
  
- 5 PRINT'OR : Le salon leader du secteur HBJO en  
France P.13**
  - Le salon leader du secteur HBJO en France
  - EMAP AGOR, au service des communautés  
professionnelles
  - Trois questions à René Pérès, PDG du groupe

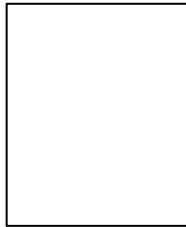
---

## Communiqué de presse

---

### PRINT'OR 2005 : Une 13<sup>ème</sup> édition placée sous le signe du mouvement !

Le coup d'envoi du prochain salon PRINT'OR est donné ! Ce salon, aujourd'hui leader en France, se déroulera du 6 au 8 février 2005 à Lyon-Eurexpo et accueillera les professionnels des secteurs de l'Horlogerie, Bijouterie, Joaillerie et Orfèvrerie. Il devrait cette année encore réunir près de 500 marques et 3 500 points de vente français et internationaux. L'édition 2005 sera placée sous le signe du mouvement.



---

#### • « *Suivez le mouvement !* »

---

Visuel et accroche symbolisent le dynamisme toujours renouvelé du salon PRINT'OR. Toujours en mouvement, ce rendez-vous d'affaires et d'échanges commerciaux illustre la perpétuelle effervescence du secteur et sa capacité à évoluer et à bouger. **Etre dans le mouvement c'est aussi être présent à PRINT'OR, salon mobilisateur et leader.**

L'illustration choisie représente à travers cette mise en mouvement des bijoux le dynamisme de toute une profession. Ce melting-pot créatif traduit le mélange des cultures, des tendances et représente l'extrême diversité présente sur PRINT'OR au travers de ses exposants.



---

#### • *Les Trophées PRINT'OR*

---

Le concours « Jeunes créateurs » change de nom et devient les Trophées PRINT'OR, véritable label pour les jeunes créateurs. Ils récompensent la qualité des créations tant du point de vue **technique que créatif**. Il est ouvert aux étudiants des écoles internationales de bijouterie, de design et de formation artistique et aux artisans qui n'ont jamais exposé au salon PRINT'OR.

En 2005, année du Brésil, étudiants et artisans devront plancher sur « **le carnaval de Rio** », thème évocateur de la fête colorée. Véritable hymne à la joie, à la jeunesse et à

## **LES NOUVEAUTES PRINT'OR 2005**

---

Etre en permanence à l'écoute des besoins des exposants et des visiteurs reste la priorité de PRINT'OR. La notion de services étant l'un des éléments incontournables du salon, PRINT'OR améliore, au fil des éditions, les services proposés. Afin d'optimiser et de faciliter la visite sur le salon 2005, PRINT'OR a imaginé une nouvelle palette de services, parmi lesquels : programme spécial VIP, pré-enregistrement amélioré, espace Internet dédié.

### **1) Nouveaux services PRINT'OR**

#### **Programme VIP : visite privilégiée**

PRINT'OR propose à chaque exposant de nommer dix personnes qu'il considère comme « ses » VIP. Ces invités auront un identifiant qui leur permettra d'accéder plus rapidement au salon et ils bénéficieront de nombreux services au lounge VIP : bar, vestiaire, point fax, Internet, réservation de restaurants ou encore de taxis, etc. Ces visiteurs « pas comme les autres » recevront un courrier de la part de PRINT'OR les informant des prestations qui leur sont réservées.

#### **Pré-enregistrement : rapide et efficace**

Les visiteurs peuvent demander un identifiant d'accès avant d'arriver au salon, en remplissant un formulaire annexé à leur carton d'invitation. L'objectif de ce nouveau dispositif est de rendre l'accès au salon plus rapide. Par ailleurs, la gestion informatisée des entrées permettra à PRINT'OR et à ses exposants de disposer d'informations plus détaillées sur les visiteurs et leurs habitudes.

#### **Espace Internet : très Service**

## 2) Animations sur PRINT'OR

*Des animations prestigieuses et festives émailleront ces 3 journées de travail et d'échanges.*

Une **ambiance générale** qui aura des accents de Bossa Nova et de Samba, des couleurs de Copacabana, des saveurs de « Caipirinha » quand, au cœur du Salon, le visiteur viendra découvrir **la Place Bellecour**, haut lieu de rencontre à PRINT'OR et qui, cette année, prendra des **allures très brésiliennes**. Ambiance colorée et festive garantie dans la thématique générale de cette 13<sup>ème</sup> Edition !

Plaisir des yeux toujours renouvelé avec, comme depuis de nombreuses années, une volonté des organisateurs de PRINT'OR d'offrir à ses visiteurs des « plus culturels » . Ainsi, toujours Place Bellecour, Antonio Cançado de Araujo offrira une **superbe exposition photographique, rassemblant une cinquantaine de clichés magnifiques du Carnaval de Rio au Sambadrome**. Artiste éclectique au parcours original qui le mènera d'études de théologie à la direction d'une agence de voyages pour se consacrer désormais plus spécifiquement à la photographie, Antonio Cançado de Araujo vit entre France et Brésil depuis près de 20 ans. L'exposition de l'artiste incarne parfaitement l'esprit de cette édition qui rend un hommage à un pays haut en couleurs et inspirateur pour les créateurs de bijoux en lui consacrant le thème de son désormais célèbre concours « Les Trophées PRINT'OR ».

Pour accompagner cette envie d'ambiance brésilienne durant trois jours, **un potier brésilien, Poqueiro Bellili**, exposera des fabrications d'un artisanat original et coloré.

**Un rendez-vous high-tech et novateur « Espace 3J Création » Place de l'Horloge sur le Salon.**

Les visiteurs se verront offrir par PRINT'OR divers services **gratuits, pratiques et**

### 3) Nouveautés exposants

- Cette année ils rejoignent le salon PRINT'OR pour la première fois et seront donc présents à Lyon du 6 au 8 février 2005.

ALTAIR CONSULTING  
ANDRE MORIN  
BANSAL  
BEHEYT  
CANYON  
CHAC MOOL  
COTE MECS & PJR  
CREATIONS ANDRE BENITAH  
HITTITE  
IVANA REDIS  
JOE COOL  
JOMARD  
LASER  
LIMON MELOCOTON  
M DE B  
MARKETING ET AGENCEMENT  
METAUX PRECIEUX  
MISTER WATCH  
NAMASTE  
O.D.C  
PAO-LING  
PETITO FEDELE  
PROVENCE IMP'OR  
P'TIT ROCK  
DIRAMBEI I E

- **DTC, Groupe De Beers, présentera son nouveau concept à PRINT'OR, en avant-première mondiale.**

Barbara CZMIL :

*« Nous avons choisi d'être présents sur ce salon car nous voulons, lors de ce grand rendez-vous international du monde la bijouterie-joaillerie, présenter notre nouveau concept auprès des professionnels. Ambitieux et novateur, ce programme sera dévoilé lors du Salon auprès des fabricants et des détaillants. Nous sommes conscients que PRINT'OR est un événement majeur dans la profession et que c'est une excellente occasion de nous rapprocher d'un des acteurs clés du succès de ce programme : le détaillant. Nous voulons par notre présence pouvoir l'informer de visu sur le contenu, l'ampleur et le potentiel de ce programme et prendre connaissance des différentes collections développées par nos partenaires fabricants.*

*Nous avons voulu une visibilité importante sur ces 3 jours, aussi DTC sera présent à la fois sur un stand de 90 m<sup>2</sup> et occupera l'espace Passerelle du Salon, soit une surface totale de 420m<sup>2</sup>.*

*Toute l'équipe DTC sera présente et aussi, sans en révéler plus, je peux vous dire que nous serons accompagnés de 6 fabricants qui sont la clé de voûte du nouveau concept.*

*Sur notre stand, nous serons à l'entière disposition des visiteurs pour leur expliquer ce programme de façon globale et nous offrirons également à nos partenaires un lieu d'échanges. »*

Depuis plus d'un siècle, le Groupe De Beers joue un rôle majeur dans tous les domaines d'activité associés à l'industrie du diamant. C'est aujourd'hui la première entreprise d'extraction de diamants au monde. Elle met en vente 60 % en valeur de la production mondiale de diamants grâce à ses mines d'Afrique du Sud et d'autres partenariats avec plusieurs pays africains ainsi que la Russie. Le Groupe De Beers intervient tout au long de la filière diamantaire : de la prospection à l'extraction des diamants naturels, jusqu'aux conseils prodigués aux consommateurs. La DTC (DIAMOND TRADING COMPANY) est la branche commerciale et marketing du Groupe De Beers. La DTC est présente sur les principaux marchés dans le monde.

- **Le salon PRINT'OR accueille Serendip**

Pour la première fois, le Sri Lanka sera présent à l'édition 2005 du salon PRINT'OR à Lyon.

**Une délégation regroupant les principaux bijoutiers et joailliers sri lankais animera un stand officiel organisé par le Sri Lankan Export Development Board** (organisme sri lankais d'aide à l'exportation). Cet événement majeur met en exergue le rôle incontournable de PRINT'OR en tant que vitrine pour les grands noms de l'industrie mondiale de la joaillerie et des pierres précieuses.

Si la réputation des saphirs bleus en provenance de Sri Lanka n'est plus à faire, ces pierres ne constituent pourtant qu'une infime partie des innombrables pierres précieuses proposées aux fabricants et aux investisseurs. Outre son incomparable collection de saphirs, composée de somptueuses pierres bleues, roses et jaunes, le Sri Lanka s'est également forgé une solide réputation grâce à ses œils-de-chat (chrysobéryl), ses alexandrites et ses rubis étoilés.

Les entreprises sri lankaises présenteront également une gamme éblouissante de pierres semi-précieuses: grenats (rhodolite, almandine, pyrope et hessonite), zircons naturels couvrant toutes les couleurs et nuances, spinelles, améthystes, aigues-marines et, bien entendu, les pierres de lune qui font la fierté de Sri Lanka. Les acheteurs à la recherche de la perle rare pour les collectionneurs ne seront pas en reste grâce à un vaste choix de pierres moins connues: sinhalites, kornérupines, scapolites, diopside, etc.

Toutes les pierres seront disponibles dans les tailles les plus variées, calibrées ou non.

Pour les clients intéressés par les bijoux, les exposants sri lankais présenteront une gamme complète de modèles en argent, or et platine, sertis de pierres, dans un style moderne ou ethnique.

***Pour en savoir plus, contactez :***

*M Charitha Yattanna*

## **LES TROPHÉES PRINT'OR 2005 SUR UN AIR DE SAMBA**

---

Le concours « Jeunes Créateurs », véritable “marque de fabrique” de PRINT'OR, a su au fil des années réunir de plus en plus de participants. PRINT'OR s'attache à découvrir les talents de demain en mettant en lice des étudiants issus d'écoles de bijouterie-joaillerie, de design et de formation artistique, qui doivent réaliser un dessin représentant le bijou de leur choix : bague, bracelet ou boucle d'oreille.

Vivier créatif, PRINT'OR a su fédérer autour de ce “challenge” toutes les écoles, centres de formation et d'apprentissage... Occasion unique pour **les étudiants** d'exprimer leur créativité et de la voir exposée devant des professionnels du monde entier, ce moment fort du salon est une preuve éclatante de la vitalité et de la relève d'une profession qui fait toujours rêver !

Soucieux, comme lors des éditions précédentes, d'associer à ce concours des professionnels aguerris, PRINT'OR propose aux **Artisans-Créateurs** (n'ayant jamais exposé à PRINT'OR et n'exposant pas lors de l'édition) de participer au concours en présentant une création de leur choix (collier, bague, pendentif ou boucle d'oreille) sur le même thème que les étudiants.

Cette année, le jury sera composé de la presse professionnelle et, pour la première fois, de la presse grand public, ainsi que de personnalités du monde HBJO. Il récompensera la qualité des créations, tant du point de vue technique que créatif.

La remise des prix se déroulera le lundi 7 février 2005 lors d'une soirée de Gala à l'Hôtel de Ville de Lyon.

Les lauréats se verront attribuer pour les artisans un prix de la Création (1 000 ₣) et un prix de la Technique (800 ₣).

Les étudiants recevront 1 830 ₣ pour le prix de la Création et 1 220 ₣ pour le prix de la Technique.

Chaque lauréat se verra également remettre le Trophée PRINT'OR.

Règlements joints.

***2005, année du Brésil, inspire les Trophées PRINT'OR avec le thème  
« Le carnaval de Rio »***



LyonVisionMode

## LE SALON PRINT'OR S'INSCRIT AU COEUR DE LA STRATÉGIE DE LYON VISION MODE

---

### **Lyon, une aire urbaine dynamique pour le secteur HBJO**

La bijouterie-joaillerie est un réel pôle d'excellence économique pour l'aire urbaine de Lyon et constitue un des vecteurs porteurs dans le grand projet mis en œuvre par l'agglomération : Lyon Vision Mode.

La bijouterie-joaillerie est en effet pour Lyon une réalité historique et économique. Celle-ci s'appuie à la fois sur la tradition ancestrale de la bijouterie, en tant que métier d'art, sur un tissu dense d'entreprises complémentaires, qui allient savoir-faire technique et créativité, et sur des marques porte-drapeau.

### **Le tissu industriel HBJO de l'aire urbaine de Lyon est caractérisé par :**

- un grand nombre d'établissements (plus de 300) du type PME/PMI
- la cohabitation d'entreprises de taille et d'organisation très différentes
  - des artisans, les plus nombreux (plus de 150 établissements),
  - des entreprises artisanales (environ une centaine d'établissements), dont l'effectif ne dépasse pas dix salariés.

Certaines entreprises sont présentes sur le marché français depuis plus d'un siècle (Augis a été fondé en 1830), d'autres ont su s'imposer plus récemment comme Korloff ou Marie Michaud Créations.

Ces maisons, garantes de la tradition joaillière lyonnaise, représentent un vecteur de rayonnement clé pour valoriser Lyon au niveau national et international.

### **Lyon donne forme à la mode**

Héritière d'une tradition liée au textile, à la bijouterie et la chimie, l'agglomération lyonnaise a su développer un tissu créatif et industriel diversifié, ainsi qu'un potentiel

### **Ce projet s'articule autour de trois grandes ambitions...**

- faire de Lyon une métropole européenne créative et ce, à travers l'image de la mode et du concept "d'intelligence" ;
- mettre en synergie les atouts de Lyon dans les industries de la création pour trouver les créneaux et une identification liés à l'idée de "l'intelligence de la mode", et cela au niveau international ;
- participer à la dimension touristique et culturelle de l'agglomération à travers l'image mode.

### **... tandis que la stratégie mise en place s'organise autour de trois niveaux d'intervention :**

- **Le renouvellement du tissu existant** : les secteurs de la mode doivent être de plus en plus créatifs pour accroître leur développement. Il s'agit donc de soutenir et de favoriser le développement de la créativité afin que celle-ci soit la caractéristique de la mode lyonnaise.
- **L'international** : de nouveaux marchés, tels que l'Amérique du Sud et particulièrement le Brésil, les pays de l'Est, la Chine et plus généralement l'Asie, offrent des opportunités pour les secteurs de la mode européenne. Lyon se positionne comme lieu de référence pour les créateurs et industriels de ces pays : entreprises, formations de qualité, lieux de création...
- **La transversalité** : la mode se compose de plusieurs secteurs qu'il s'agit de faire se rencontrer en pariant sur les fertilisations croisées.

En soutenant le salon PRINT'OR, le Grand Lyon illustre de manière concrète ce grand projet. En effet ces trois jours consacrés aux professionnels HBJO nationaux et internationaux mettent Lyon sur le devant de la scène et permettent à l'agglomération de prendre une place importante dans l'univers des grandes capitales européennes de la bijouterie-joaillerie.

## **Trois questions à Gérard Collomb, Sénateur Maire de Lyon, Président du Grand Lyon**

---

**Le salon PRINT'OR s'insère parfaitement dans le concept Lyon Vision Mode que le Grand Lyon a inscrit comme un axe majeur de son rayonnement international. Pouvez-vous nous présenter cet ambitieux programme ?**

*Il s'agit de développer et de promouvoir tous les secteurs de la mode et de la création. Lyon dispose d'un potentiel très fort dans le textile, l'habillement, la bijouterie, le design, l'ameublement, la cosmétique et les métiers d'art. Mais ce potentiel n'est pas assez mis en valeur, alors que c'est une force économique, touristique et culturelle essentielle pour notre ville si elle veut rivaliser avec les autres grandes métropoles européennes comme Barcelone ou Milan.*

*Par l'action Lyon Vision Mode, nous voulons soutenir la création et l'innovation sous toutes ses formes : aide aux jeunes créateurs, aide à la recherche, aide aux concours par exemple. Nous voulons aussi amplifier les événements qui concernent les secteurs de la mode, comme les salons, les conventions d'affaires, les colloques. Il est nécessaire d'avoir une communication puissante. C'est pour cela que la marque « Lyon Vision Mode » a été créée. Elle vise à affirmer l'identité nouvelle de Lyon : celle d'une ville où s'inventent les concepts, les produits, les technologies et les tendances qui font la mode de demain. Lyon Vision Mode vise aussi à fédérer tous les acteurs et à stimuler de multiples initiatives.*

**Quelle est la place de la bijouterie dans votre projet Lyon Vision Mode ?**

*La bijouterie est une des priorités de l'action Lyon Vision Mode. Depuis la Renaissance, Lyon est une ville qui compte dans le secteur des bijoux et c'est encore la ville où l'on « poinçonne » le plus en France. Les plus grandes marques viennent pour fabriquer ici. Nos créateurs sont connus dans le monde entier. La formation est réputée. Comme nos tissus, notre bijouterie se caractérise par l'excellence des savoir-faire et par une créativité exceptionnelle. Mais c'était un peu la « belle oubliée », au moins pour le grand public. Lyon Vision Mode doit mettre « pleins feux » sur cette richesse. Elle est notre tradition, mais elle est aussi notre avenir.*

**Depuis plusieurs années, le Grand Lyon soutient activement le salon PRINT'OR,**  
*qui rassemble vous de ce rendez-vous professionnel international qui se tient*

## PRINT'OR 2005, le salon leader du secteur HBJO en France

### Un salon incontournable, rendez-vous fort de la profession

Créé en 1993, PRINT'OR a su, au fil du temps, conquérir ses lettres de noblesse pour s'afficher aujourd'hui comme le salon leader de la profession HBJO en France.

Réunissant plus de 3 500 points de vente français et internationaux, plus de 480 marques, il accueille des visiteurs de plus en plus nombreux : 11 000 en février 2004. Cette année encore, PRINT'OR table sur un large succès malgré une conjoncture plutôt difficile.

Son développement constant lui confère aujourd'hui une place prépondérante dans la vie de la profession et une dimension internationale grandissante.

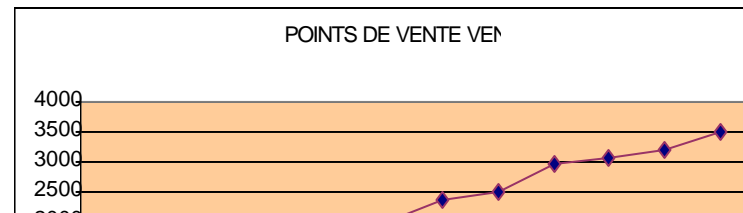
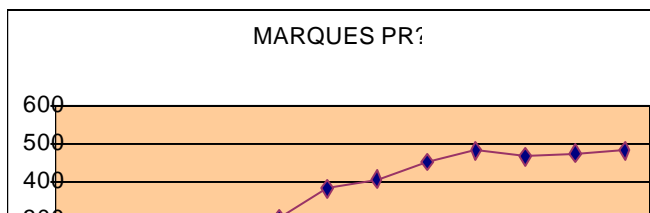
Lieu d'inspiration par excellence grâce à la présentation des collections et des tendances françaises et internationales, mais grâce aussi aux échanges informels entre membres d'une même profession, PRINT'OR se positionne comme un véritable carrefour des tendances, des affaires et des contacts.

PRINT'OR 2005 espère cette année battre son record d'affluence et surtout rester le salon "convivial" et "à taille humaine" tant apprécié des visiteurs et des exposants.

Les études de satisfaction menées lors des précédentes éditions ont fait apparaître ces critères comme primordiaux et systématiquement cités aux côtés du professionnalisme et du sérieux de PRINT'OR.

### Evolution du salon depuis sa création :

PRINT'OR	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
<b>Marques présentes</b>	96	129	155	248	305	380	407	453	485	465	475	482
<b>Points de vente venus</b>	1078	1358	1462	1628	1760	2000	2352	2465	2957	3028	3190	3515





## **Au service des communautés professionnelles**

---

Créée en 1994, Agor est une société spécialisée dans l'organisation de salons professionnels. Elle fait partie, depuis janvier 2003, de la division Emap Business Europe du groupe de media Emap plc.

Dorénavant appelée Emap Agor, la société se veut être résolument à l'écoute de ses marchés et s'attache à offrir aux visiteurs, aux exposants et aux partenaires de chacun de ses salons, l'assurance de rendez-vous d'affaires d'envergure au service d'une communauté professionnelle. L'expertise du groupe auquel appartient Emap Agor y contribue fortement.

Emap Agor affiche une forte politique de développement. Tradexpo Paris assure la croissance interne de la société avec l'évolution constante de ses 3 éditions annuelles. Une volonté de rachats et de créations de salons professionnels complète le développement comme en témoigne l'acquisition de PRINT'OR en décembre 2003 et le lancement de Jlee en juin 2004.

Forte de son expérience, du dynamisme de ses équipes et du soutien appuyé d'Emap, la société Emap Agor a pour objectif de devenir l'un des leaders dans l'organisation de salons professionnels en France dans un avenir proche.

### **En 2005, EMAP AGOR, ... c'est 6 manifestations**

#### **TRADEXPO PARIS**

**Le salon du commerce en volume  
et de la distribution**

Salon organisé **3 fois par an** au  
Parc d'Expositions de Paris Le  
Bourget

Prochaines dates 2005 : 14/19 janvier -  
20/24 mai - 2/7 septembre  
[www.tradexpo-paris.com](http://www.tradexpo-paris.com)

#### **PRINT'OR**

**Rencontre internationale des  
professionnels Horlogerie, Bijouterie,  
Joallerie, Orfèvrerie**

Salon **annuel** organisé à Lyon Eurexpo  
Prochaines dates : 6/8 février 2005  
[www.printor.fr](http://www.printor.fr)

### **3 questions à René Pérès, Président Directeur Général d'Emap Agor**

---

#### **Continuité sur le fond, nouveaux moyens pour la forme**

**1) Vous avez racheté PRINT'OR il y a dix mois. Quelles sont vos impressions ?**

*Mes impressions sont très bonnes et ne cessent de se renforcer positivement. J'ai trouvé un salon bien géré, efficace pour les exposants comme pour les visiteurs. Il se démarque d'autres manifestations par une très grande convivialité. On la doit en grande partie à la personnalité enthousiaste d'André Dewasmes qui est très ancré dans la profession. A ses côtés, Emap Agor va pouvoir exploiter sa propre puissance et les compétences spécifiques de ses collaborateurs pour développer le salon.*

**2) Quels sont les bénéfices de ce changement pour l'exposant ?**

*Nous nous inscrivons dans la continuité pour poursuivre la qualité du travail engagé par André Dewasmes. Nous allons donc capitaliser sur les forces du salon, tout en faisant bénéficier les exposants et les visiteurs du professionnalisme de notre organisation. Filiale d'un groupe international, nous allons faire bénéficier PRINT'OR, d'une part de la puissance de notre marketing pour attirer de nouveaux visiteurs et, d'autre part, de notre excellente maîtrise des aspects logistiques. Dès 2005, le public du salon bénéficiera de nouveaux services, notamment au niveau de la préparation de sa visite, de l'accueil sur place, et de l'espace internet.*

**3) Quelles sont vos ambitions pour PRINT'OR ?**

*Nos principaux objectifs sont la montée en puissance du salon et la croissance du nombre de visiteurs. Et nous comptons valoriser ce formidable potentiel en concertation avec les exposants et les visiteurs. Nous prendrons en compte leurs*

---

# **ANNEXES**

---

## LE SALON PRINT'OR : FICHE D'IDENTITE

---

- Une 13<sup>e</sup> édition placée sous le signe du mouvement pour ce salon international réservé aux professionnels de l'Horlogerie, Bijouterie, Joaillerie, Orfèvrerie à Lyon
- Trois journées de rencontres, de business et d'échanges en toute convivialité
- Un rendez-vous à Lyon, ville de mode, au carrefour de l'Europe
- 350 exposants attendus, près de 500 marques présentes
- 18 000 m<sup>2</sup> d'exposition
- Prix d'un stand au m<sup>2</sup> : nu : de 172 ₣ à 192 ₣ HT (en fonction de la surface)  
pré-équipé : + 23 ₣ HT le m<sup>2</sup>  
angle : 320 ₣ HT
- Un concours international pour les Jeunes Créateurs : LES TROPHÉES PRINT'OR
- PRINT'OR offre à ses visiteurs accès et catalogue gratuits
- Un lieu pratique et facile d'accès : Eurexpo – Chassieu (69) – Hall 5
- Les horaires : 9 h 00 – 19 h 00, le dimanche et le lundi  
9 h 00 – 16 h 00, le mardi
- André Dewasmes, Directeur du salon
- Philip Hall, Responsable Marketing
- Emilie Vaillant, Responsable Commerciale
- Franck Le Rouzic, Directeur Technique
- Siège social : EMAP AGOR, 73, avenue Charles de Gaulle - BP 24  
95700 Roissy-en-France - France  
Tél : +33 (0)1 34 20 30 01 - Fax : +33 (0)1 34 20 30 17

## LE SECTEUR HBJO EN FRANCE EN 2003\*

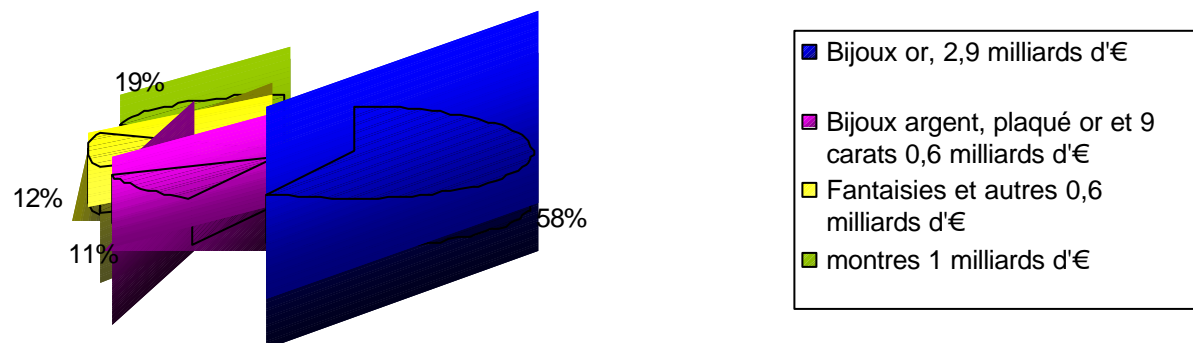
### Les chiffres clés pour l'année 2003

Production : 1,9 milliard d'euros HT en 2003 (-15% par rapport en 2002)  
Exportations : 1,5 milliard d'euros HT en 2003 (-14% par rapport en 2002)  
Importations : 1,9 milliard d'euros HT en 2003 (-13% par rapport en 2002)  
Distribution : 5,1 milliards d'euros HT en 2003 (-4% par rapport en 2002)

*Le chiffre d'affaires tous produits - bijouterie et grandes surfaces - retrouve presque l'équilibre après les fortes baisses de 2002 et 2003.*

### Structure du CA bijouterie-horlogerie

58% bijoux or, soit 2,9 milliards d'€  
11% bijoux argent, plaqué or et 9 carats, soit 0,6 milliard d'€  
12% fantaisie et autres rayons, soit 0,6 milliard d'€  
19% montres, soit 1 milliard d'€



*Cette répartition démontre une bonne stabilité par rapport à 2002 avec seulement une augmentation de 1% pour les montres au détriment du CA*

## Répartition des ventes totales de bijoux précieux (argent, or, 9 carats et plaqué or)

Unités (millions de bijoux) : 35

Valeur (millions d'€) : 3 469

Prix moyen en € : 100

*On note une stabilité du nombre d'unités depuis 2001.*

*Le pourcentage des ventes argent a, quant à lui, progressé de 2,9% par rapport à 2002.*

*La progression du prix moyen des bijoux or est constante depuis 1998 et atteint le chiffre de 170 € en 2003.*

## Structure annuelle des ventes (% unités et valeur) et évolution comparée des ventes valeur en 2003

	% unités	% valeur	évolution 2003/2002
Plus de 1 000 euros	2%	33%	=
300 à 999 euros	8%	23%	- 7%
Moins de 300 euros	90%	44%	- 4%

## Répartition en % des ventes valeur tout or/or et pierre en 2001

37% bijoux tout or

63% or et pierre

## Chiffre d'affaires France 2003 pour les montres : 972 millions d'euros

*Ce CA inclut les montres vendues par tous les circuits de distribution, qu'elles soient achetées par des clients français ou étrangers. Les autres produits horlogerie ainsi que les réparations et autres prestations sont exclus, ainsi que*

## LISTE DES EXPOSANTS ET MARQUES PRESENTS AU 03/01/2005

3 J CREATION  
64  
7ART  
A.AUGIS  
AB EXIM GMBH  
ABLE  
ADREANI  
AGATHA RUIZ DE LA PRADA  
AGORO  
AIGLE  
AIRNESS  
ALAIN ROURE CREATIONS  
ALAIN SONNET  
ALAIN STAR  
ALBANU  
ALFEX  
ALTAIR CONSULTING  
ALTESSE BIJOUX  
AMBRE  
AMS  
ANDRE BENITAH  
ANDRE MORIN JOAILLERIE  
ANDREA BLU UOMO COLLECTION  
ANGELO CALDINI  
ANGEVINE DE BIJOUTERIE  
ANNEAS  
ANTON  
APHEA  
APM  
AQUERELLA  
ARIANE DE GUILT  
ART ET OR LYON  
ART&OR  
ARTCAM PRO  
ARTHUS BERTRAND  
ARTIPOL  
AS BORRAZ GASCON  
AS D'ARGENT  
ASEG GALLONI

BAGUE A PART  
BALENCIAGA  
BALLET  
BALLOU  
BALMAIN  
BALTICAMBRE  
BAM  
BANANA MOON  
BANSAL  
  
BASEL MAGAZINE  
BAYARD  
BELDIOR  
BELLON  
BENETTON  
BERGEON  
BEUCHAT  
BIJOU 3  
BIJOUPLUS 2000  
BIJOUX D'AUTREFOIS  
BIJOUX DES REGIONS DE FRANCE  
BIJOUX KIDOU  
  
BIJOUX ML  
BIJOUX MONTRES ET VOUS  
BLR  
BOCCIA  
BOSLE  
BREUNING  
BUDIN  
BY DALMAZZO  
C.HAFNER  
CABE  
CABINET EBRARD  
CACHAREL  
CALYPSO  
CANDIDO  
CANYON

CH.DAHLINGER

CHAC MOOL  
C-HAFNER  
CHARLES GARNIER  
CHAUSSONNET FRANCOIS  
CHE BA  
CHIMENTO  
CHIPIE BIJOUX  
CHRISTALLINES  
CHRISTIAND BERNARD  
CHUT JE T'AIME  
COBRA  
COINDRE STEINER  
COMPAGNON ETS  
CONFETTIS  
CONTRAST  
COOKSON CLAL  
COQUIERO  
CORTO MALTESE  
COSA RARE  
COSMOLEDO

CREATION SAINT LOUIS  
CREATIONS AZURITE  
CREATIONS LIZHEL  
CRYSTAL EVOLUTION  
D.S PLAT  
DANIELLI  
DARDEL PARIS  
DARO  
DATALOGIC  
DDP  
DELCAM  
DIAD'M  
DIAMANTI  
DIAMPREST  
DIEGO VEGA  
DIESEL

---

ELITOR  
ELLE HEAD  
ELMA  
ELOI MEGA  
ELYSA  
EMASUR  
EMILE PEQUIGNET  
EPOK  
EPOS  
ESPRIT MONTRES ET BIJOUX  
ESTELLE  
ETS PERRIER  
EUROSTYLE  
FACCO  
FAIR'BELLE  
FASANO MOLINARIO  
FERAUD  
FESTINA  
FIANA  
FIRENZE  
FIX  
FLANDERS  
FLANDERS  
FOM 2000  
FOMEX  
FONTENAY  
FOPE  
FOSSIL FRANCE  
FRANCHINI  
FRANCOIS PIDOU  
FREDIANI  
FRENCH SPIRIT DEVELOPPEMENT  
FREY WILLE PARIS  
FURIH

G AND D  
GABRIELLE  
GALLO  
GANT

---

GRENAT DE BOHEME  
GRIS GRIS  
GROSPIRON  
GUESS  
GUESS COLLECTION  
GUIDE EGGA  
GUILDE DES ORFEVRES  
GUY LAROCHE  
H.GRINGOIRE  
HALLER  
HECE  
HENRY DENYS GALPIN  
HERINK  
HERMLE  
HESTIA  
HEURE ET MONTRES  
HEURE INTERNATIONAL  
HILSER JACCARD  
HITTITE  
HORBINOR  
HOROTEC  
HUGO BOSS  
IBB  
IGF  
IMAGEM  
IMCARVAU  
INES DE LA FRESSANGE  
ING  
INHORGENTA  
INVERNESS FRANCE  
IRAN TURKIS  
ISABELE PUIG  
ITALIMPIANTI  
IVANA REDIS  
J.GUEHENO  
J'AI L'OR  
JACCARD  
JEAN MARC GAREL  
JEWELCAD  
JMS  
-----

K-SIGN  
KURUXUNUSU  
L'EPEE  
L'UOMO  
LA CHAIZERAIE  
LA CHARTE PRECIEUSE  
LA FRANCE HORLOGERE  
LA LETTRE D'ORION  
LASER PRESTATIONS  
LE BIJOUTIER  
LE CHAT  
LE HALL INFORMATIQUE  
LE SPECIALISTE  
LEGUEN  
LES 4 PORTES  
LES GEODES  
LIMON MELOCOTON  
LOCTITE  
LOONEY TUNES  
LOTUS  
LOUIS DAUB  
LP CREATIONS  
LRD PONCE  
LSR  
LUCAS LUCOR  
LULU CASTAGNETTE  
LUNA BIANCA  
LUXANGE  
LYCEE PROFESSIONNEL  
LYON ALLIANCES BRILLANTS  
M DE B  
M.EUROPE  
M'ITIK  
M3 SOFT INFORMATIQUE  
MAGICS  
MARC GAY  
MARCEL ROBBEZ MASSON  
MARCO BICEGO  
MARCO MOLINARIO  
MARTIN  
-----

MORGAN  
MOSCHINO  
MULLER AND SONS  
MULNET PARIS  
MURAT PARIS  
MW CREATION  
NAMASTE  
NATALEX  
NEPRO  
NINA RICCI  
NISON LASERTEC  
NOMBRE D'OR  
NOMINATION  
NOUVEAU CREATEURS  
NOUVEAUX BIJOUTIERS  
NOVOBOX  
OCS BASTER

ODC OR DE BROLLES  
ODEIS  
ODM MONTRES  
ODO  
ODYSSEE  
OPEX  
OREST  
OREXPORT  
ORIENT  
ORLINE  
OROPA STAR  
OUTILOR  
OXBOW  
P.ZERO TEMPO  
P'TIT ROCK  
PACIFIC DREAM  
PACO RABANNE  
PALATINA  
PAO LING  
PAOLA DOMINGUIN  
PARADOX  
PARFAIT ALIBI

PRINCESS  
PROVENCE IMP'OR  
QUICKSILVER  
RAMBAUD  
REACTION  
REGNIER PARIS  
REMY LAURENT  
RFI INFORMATIQUE  
RHONE ALPES CREATIONS  
RHYTHM  
RIBAMBELLE  
RICHARD DOUX  
RIP CURL EUROPE  
ROBERTO CAVALLI  
ROCHET BIJOUX  
RODANIA  
ROLAND EUROPE  
ROSATO  
ROUGE SANG  
RTCAM JEWEL SMITH  
RUBIN & SON  
SAAMP  
SAB  
SAGA  
SAINT ANDRE  
SAINT HONORE PARIS  
SAM PRETTE ET CIE  
SANDER HYAMS  
SAUVAT  
SCHMALTZ  
SCHMITTGALL  
SCHNEIDER  
SCHWARTZMANN  
SECTOR SPORT WATCHES  
SENS ABLE  
SERGE BLANCO

SERP  
SHARP INTERNATIONAL  
SIGMA

SPIERO  
SPIRIT  
STANIMEX  
STANISLAVE  
STAR BIJOUX  
STARCK  
STEL ET OR  
STELL OR  
STORM  
STUDEX  
STUDEX  
SUNRISE GEMS  
SWIZA  
SYLVIE ERIC  
SYNALIA  
TABURIAUX ET FILS  
TANGALI  
TANITA  
TAWA CREATION  
TECHNOCAST  
TEX ALLIANCE  
THABORA  
THE JEWELLERY DISPLAY  
THIEN PO FRANCE  
THOMAS SABO  
TI SENTO  
TIMBERLAND  
TIMEX EXPEDITION  
TIMEX SPORT  
TOM G  
TORRENTE  
TRADITION  
TRENDY ELEMENTS  
TSARIN'A  
UGO CESARE  
UNICONCEPT  
VALENTINO  
VALLES DORDAL  
VEDETTE  
VENDOME  
-----

X TIME  
YAMKELA  
YEMA  
YONGER ET BRESSON  
YSABELLA.G  
YVES BERTHELIN  
ZOPPINI  
ZRC