

Revue de Presse sur le Fabriqué en France :

Bijoux

Date : janvier 2016-juin 2016
Proposé par : SémioConsult®
Auteur : Anne-Flore Maman Larraufie, PhD
Contact : anne-flore.maman@semioconsult.com



SémioConsult® est un cabinet de conseil pour entreprises et particuliers fondé sur une expertise reconnue à l'international et une connaissance fine du monde de la marque, du luxe et de ses codes.

Spécialisé dans la gestion de la marque incluant la compréhension des consommateurs, les problématiques liées au Made in France & Made in Italie, et dans la lutte contre la contrefaçon, il compte dans son portefeuille client des institutionnels, des PME, ainsi que des marques prestigieuses en France et en Italie.

Des conférences et formations professionnelles sur ces différentes problématiques sont par ailleurs organisées à la demande de clients (entreprises, fédérations professionnelles, chambres consulaires, écoles...).

www.semioconsult.com

Après 25 ans d'absence, les montres made in France de Lip sont de retour

Alexandre Robert 3 février 2016 Montres Homme

Nous assistons depuis quelques mois au retour de l'un des fleurons de l'horlogerie française. La marque **Lip** fait en effet un come-back remarqué dans les bijouteries, avec sa production made in France.

[Lire aussi : « Richard Mille s'associe avec Airbus pour une montre à 1,1 millions d'euros »](#)

15 000 ventes en 6 mois

Depuis quelques semaines, Jean-Luc Bernerd, via sa société JLB Brand a racheté l'horlogerie mythique Lip, qu'il exploitait déjà depuis 10 années. Une nouvelle qui va de pair avec le contrat qui a été conclu avec un entrepreneur du Doubs, Philippe Bérard (entreprise SMB), à qui on a confié une partie de la production il y a 6 mois. Deux événements qui viennent couronner d'incroyables résultats pour Lip en 2015 et déjà en 2016. En effet, alors que la production avait été délocalisée en Chine il y a plusieurs décennies, cet accord a permis à l'horlogerie de proposer à nouveau du made in France à ses clients. Ce qui a plu à un grand nombre d'entre eux, puisque plus de 15 000 ventes ont été réalisées en moins de 6 mois ! 25 ans après son dépôt de bilan, Lip vient donc redorer son blason et celui de l'horlogerie frenchy.

Un succès qui dépasse les prévisions de Lip

Le succès est tel que certains modèles se voient aujourd'hui en rupture de stock.

« Je me suis dit que les bijoutiers allaient être extrêmement prudents, qu'il allait falloir beaucoup de temps pour les convaincre de travailler à nouveau avec cette marque. Et en fait, ce n'est pas du tout ce qui s'est passé. Il y a de la magie dans Lip », témoigne Philippe Bérard, directeur de la société SMB.

Ainsi, alors que les prévisions tablaient sur un partenariat avec une centaine de bijouteries, ce ne sont pas moins de 300 d'entre elles qui ont accepté de commercialiser les montres de la marque, vendues entre 150 et 400€ ! Preuve donc que la made in France a su séduire les revendeurs et leur clientèle. Cela permet donc à Lip d'envisager une très belle année 2016 et de vendre bien au-delà de ce que l'entreprise espérait. La perspective de travailler avec 300 bijouteries étant inattendue, la marque et son fabricant SMB travaillent actuellement à assumer toutes ces nouvelles commandes, en créant de nouveaux emplois notamment.

Pour rappel, Lip était la marque fétiche de Charles de Gaulle.

[Vous pouvez d'ailleurs retrouver la collection historique consacrée au Général ici.](#)

(Crédits photo @Lip)

Actualités > Actu > France > Consommation > Mode - Accessoires - Shopping

Publié le 17/03/2016 à 12:27

Les "BRM", des montres "made in France" qui percent dans le monde du luxe

Mode - Accessoires - Shopping



Bernard Richards Manufacture (BRM) crée des montres de luxe 100% made in France. RelaxNews / AFP / LIONEL BONAVENTURE

(AFP) - C'est de cet entrepôt discret dans le Vexin (Val-d'Oise) que, depuis onze ans, sortent au compte-goutte les "BRM": des montres de luxe "100% made in France" que l'horloger se vante d'avoir vues au poignet de la moitié des participants du dernier G20.

Creusant le sillon du sur-mesure, de la rareté et du sport mécanique, Bernard Richards Manufacture (BRM), fondé en 2003, s'est vite fait une petite place dans l'ombre des anciens de l'horlogerie de luxe, comme Rolex, Patek Philippe ou Tag Heuer.

Comme chaque année, il côtoiera les cadors du secteur au Baselworld, le grand rendez-vous mondial annuel de l'horlogerie, qui s'ouvre vendredi à Bâle, en Suisse.

Entre les machines réglées au 100e de millimètre, Bernard Richards, 58 ans, guide la visite de son entreprise de 21 salariés, dont sept employés à la production de ces chronographes très prisés dans les hautes-sphères.

"On fabrique 2.000 montres par an maximum", explique le patron. "On se bat contre des géants, ce qui nous empêche pas de dormir : on a une micro-part du marché qui nous suffit largement pour bien vivre", assure ce fils d'horlogers et de joailliers.

Ici, les tocantes ont des aiguilles ajourées comme des volants de rallye et les gros boîtiers prennent la forme de piston ou, pour le dernier né, imitent un disque de frein en titane.

- "Une clientèle très particulière" -

"On a une clientèle très particulière, des gens qui vivent leur passion à 1.000% et veulent une montre qui leur ressemble, un objet unique", raconte l'ancien pilote de course amateur, toujours au bord des circuits.

Des passionnés capables de déboursier de 2.000 euros, pour un modèle standard, à 10.000 ou 15.000 pour les plus personnalisés. Certains sont fabriqués en matériaux rares et très légers, ou bien dotés de mécanismes anti-vibrations, indispensables pour être portés en course.

"Il ne faut pas uniquement aller en Suisse pour trouver de bonnes montres", affirme cet admirateur de l'industrie française, qui se réjouit de côtoyer à l'export le succès du TGV, d'Airbus ou des constructeurs automobiles hexagonaux, champions du monde de rallye ou de Formule 1.

"Le +made in France+, ça fait quarante ans qu'on le défend, on n'a pas attendu un ministre pour ça", plaisante-t-il.

"On est très contents de voir qu'au dernier G20, il y avait environ 50% des gens qui avaient une BRM au bras !" se félicite aussi l'entrepreneur, qui préfère rester discret sur ses clients footballeurs ou vedettes du spectacle.

Désormais, après les poignets des puissants, ce sont leurs cheminées que vise Bernard Richards. Depuis trois ans, annonce-t-il, "on est en train de développer une pendule, et je pense qu'on sera prêt d'ici un an ou deux à la mettre sur le marché".

RelaxNews

MODE - ACCESSOIRES - SHOPPING**Donner votre avis !**[Charte de modération](#)**Connectez-vous pour écrire un commentaire**[Créer un compte gratuitement](#)[Se connecter à mon compte](#)