



Perles : le retour en vogue...

Enquête sur les modes de consommation et le goût des femmes en matière de perles

Paris, le 21 mai 2013. A l'occasion de son centième anniversaire, **Técla**, joaillier français spécialiste de la perle de culture, a commandé à l'**Ifop** une grande enquête sur les modes de consommation et le goût des femmes en matière de perles. Première étude réalisée en France sur l'image et les représentations associées aux perles, ce sondage constitue une véritable enquête de référence pour un segment de la joaillerie sur lequel les données publiées sont rares, voire inexistantes. Confirmant le retour en vogue des perles, ce sondage riche en surprises et en enseignements livre de nombreux chiffres inédits tout en battant en brèche certaines idées reçues sur les adeptes de ce genre de bijoux.

Les chiffres clés

- ♥ Le nombre de femmes possédant des perles est loin d'être marginal. Aujourd'hui, une Française sur deux (50%) possède au moins un bijou en perles (ex : collier, boucles d'oreille, bague, bracelets,...).
- ♥ Les quinquagénaires et leurs aînées n'ont pas le monopole des parures en perles. En réalité, ce sont les jeunes femmes de moins de 25 ans qui en possèdent le plus : 3 en moyenne, contre 1 pour les femmes âgées de 25 à 49 ans et 2 chez les femmes âgées de 50 ans et plus.
- ♥ Les colliers de perles « blanc crème » n'ont plus vraiment la cote. Aujourd'hui, les femmes leur préfèrent les variétés qui osent la couleur, comme les perles de Tahiti aux couleurs du lagon (31%) ou les perles d'eau douce en provenance d'Asie, aux couleurs rosées (22%).
- ♥ Il est vrai que les jeunes délaissent les colliers de nos grand-mères au profit des bracelets – portés par près des trois quarts des moins de 25 ans (71%), contre à peine 26% des plus de 65 ans – et des boucles d'oreille (79% des jeunes en détiennent, contre 53% des seniors).
- ♥ Si les perles restent encore le symbole d'un style classique et intemporel, la large majorité des Françaises leur reconnaît un côté « vintage » (60%), les jeunes femmes voyant d'ailleurs dans ces petites boules nacrées un bijou « très tendance, à la mode d'aujourd'hui » (51%).

Quelques idées reçues sur les femmes portant des perles...

Les résultats de l'enquête Técla tendent à battre en brèche les idées reçues autour de parures en perles encore trop souvent associées aux légendaires colliers trois rangs d'une Grace Kelly ou d'une Elisabeth II, symboles d'une élégance hollywoodienne ou aristocratique aujourd'hui quelque peu surannée...

1. « Les perles sont des bijoux réservés à une minorité de privilégiées »

FAUX

Le nombre de femmes possédant des perles est loin d'être marginal. Aujourd'hui, **une Française sur deux (50%) possède au moins un bijou en perles** (ex : collier, boucles d'oreille, bague, bracelets,...). Dans le détail des résultats, on observe que la proportion de femmes possédant des perles est toujours corrélée au niveau de revenu de leur foyer – plus elles sont aisées, plus elles sont nombreuses à en posséder – mais qu'elle reste assez élevée dans les catégories les plus modestes de la population : 43% des femmes vivant dans des foyers aux revenus modestes en possèdent au moins un, soit un taux proche de la moyenne (50%).

2. « Les perles restent l'apanage des catégories les plus âgées de la gent féminine »

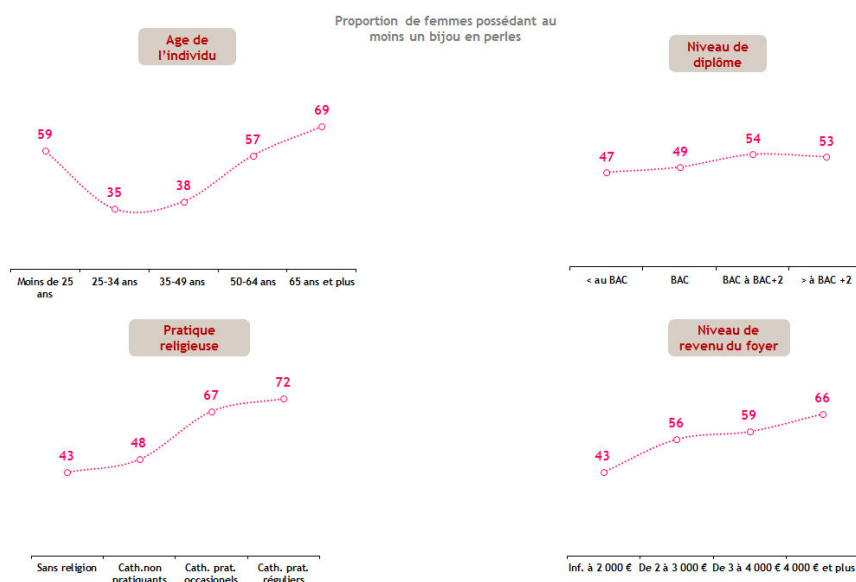
FAUX

Les quinquagénaires et leurs aînées n'ont pas le monopole des parures en perles. En réalité, c'est à la fois dans les rangs des plus jeunes (59% chez les moins de 25 ans) et des plus âgées (61% des femmes âgées de 50 ans et plus) que la proportion de femmes portant des perles est la plus élevée. D'ailleurs, si en moyenne les Françaises possèdent 2 bijoux en perles chacune (1,73 bijoux précisément), **ce sont les jeunes de moins de 25 ans qui en possèdent le plus** : elles en possèdent 3 en moyenne, contre 1 pour les femmes âgées de 25 à 49 ans et 2 pour les femmes âgées de 50 ans et plus.

3. « Les perles vont souvent de pair avec un certain classicisme vestimentaire »

Vrai

Les femmes de tous les milieux possèdent des perles mais c'est dans les catégories de la population les plus attachées à la religion que l'on en trouve le plus. En effet, **la possession de ce type de bijoux apparaît étroitement corrélée au degré de pratique religieuse, souvent signe d'appartenance à un milieu assez traditionnel ou pour le moins classique sur le plan stylistique**. Ainsi, la proportion de femmes possédant des perles est nettement plus élevée dans les rangs des catholiques pratiquantes – régulières (71%) ou occasionnelles (67%) – que chez les femmes sans religion (43%).



Les goûts des femmes en matière de perles

Finis le temps du charme discret et désuet des colliers de perles de nos grand-mères. Aujourd'hui, les femmes préfèrent les variétés qui osent la couleur comme les perles de Tahiti ou d'Asie. De même, si les perles séduisent les nouvelles générations, c'est plus sous la forme de bracelets ou de boucles d'oreille que des traditionnels colliers.

♥ **La perle de Tahiti est désormais la variété de perles préférée des Françaises**

Les colliers de perles « blanc crème » de nos grands-mères n'ont plus la cote. En effet, la traditionnelle perle de culture blanche Akoya, créée par Mikimoto au Japon il y a plus d'un siècle, n'a plus les faveurs que d'une femme sur cinq (22%) – appartenant d'ailleurs souvent aux milieux les plus aisés et les plus attachés à la religion. **Aujourd'hui, les Françaises préfèrent les variétés de perles qui osent la couleur et revendiquent leur identité telles que les perles de Tahiti aux couleurs du lagon (31%) ou les perles d'eau douce en provenance d'Asie aux couleurs rosées (22%).** Plus récemment apparues sur le marché, les grosses perles des mers du Sud aux reflets grisés ou rosés ont quant à elles les faveurs d'un peu plus d'une femme sur dix : 13% des femmes marquent leur préférence pour la perle Australienne (blanc grisé) et 12% pour la perle d'Indonésie ou des Philippines, aux tons dorés.

♥ **Les jeunes préfèrent les bracelets et les boucles d'oreille aux traditionnels colliers**

Aujourd'hui, les bijoux en perles préférés des Françaises sont les colliers (71% des possesseuses de bijoux en perles en détiennent au moins un) et les boucles d'oreille (61% d'entre elles en possèdent), loin devant les bracelets (41%) et les bagues (37%). Cependant, le goût des femmes varie beaucoup en fonction de leur âge. **Ainsi, les jeunes de moins de 25 ans marquent très clairement leur préférence pour les bracelets – près des trois quarts (71%) en possèdent, contre seulement un quart (26%) des possesseuses de perles âgées de 65 ans et plus – et les boucles d'oreille (79% des jeunes en détiennent, contre 53% des seniors).** A l'inverse, les quinquagénaires et leurs aînées expriment plus un penchant pour les colliers (78% en possèdent, contre 63% des jeunes) et surtout pour les bagues, portées beaucoup plus par les personnes âgées de 65 ans et plus (48%) que par les jeunes de moins de 25 ans (25%).

♥ **Une grande importance accordée à la couleur des perles et à l'esthétique de la monture**

Au-delà du prix – de loin le critère le plus pris en compte lors de l'achat d'un bijou en perles (28%) –, **les femmes accordent beaucoup d'importance à l'esthétique générale de la monture (18%) et à la couleur de la perle (18%).** Cependant, l'esthétique de la monture est un facteur qui joue surtout pour les jeunes de moins de 25 ans – 28% le prennent en compte en premier, contre seulement 15% des femmes âgées de 65 ans et plus – alors que la couleur de la perle est un élément comptant surtout pour les femmes les plus âgées, les plus aisées et les plus diplômées. L'originalité de la perle est aussi un élément auquel un peu plus de 10% d'entre elles accordent de l'importance (13%). En revanche, l'origine géographique (8%) et la conception écologique (5%) du produit jouent moins dans leur choix (8%), tout comme la forme de la perle (5%), la renommée de la marque (4%) ou la fiabilité du service après-vente (1%).

L'image et les représentations associées aux perles

Depuis quelques années, l'image des « larmes de Vénus » s'est beaucoup « désembourgeoisée », notamment auprès des jeunes. Cependant, les perles restent pour beaucoup l'illustration d'une élégance classique, longtemps incarnée par les colliers ornant le cou des dames de bonne famille ou de célébrités des années 60.

♥ Un symbole de classicisme qui confère à la fois un aspect « chic » et « vintage »

Si les perles restent avant tout perçues comme des bijoux qui confèrent aux femmes « un style classique » (84%) et un aspect « chic bourgeois » (78%), une large majorité de Françaises y voient également un incontournable de la boîte à bijoux (71%) qui possède incontestablement un côté « vintage » (60%). Contrairement à leurs aînées, les jeunes de moins de 25 ans y voient aussi un type de bijou « très tendance, à la mode d'aujourd'hui » (51%) et qui, pour une majorité d'entre elles, va « bien avec leur style » (53%).

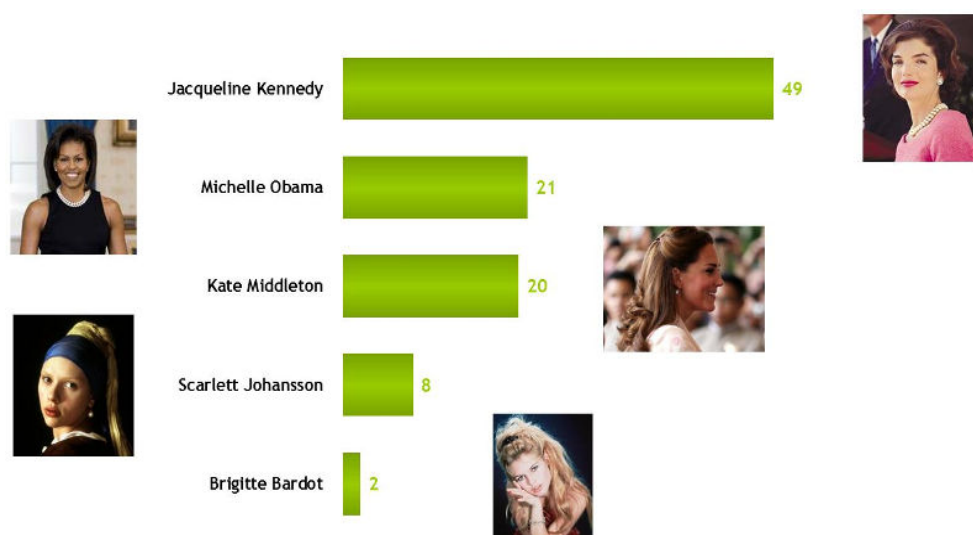
♥ Un bijou que l'on imagine encore plutôt porté par des quadras et quinquagénaires

Alors que ce sont à la fois les femmes les plus jeunes (moins de 25 ans) et les plus âgées (65 ans et plus) qui portent le plus ces petites boules nacrées, l'imaginaire populaire associe encore les parures en perles aux quadras et quinquagénaires : 35% des personnes interrogées estiment que les femmes qui portent des perles sont plutôt âgées de 35 à 49 ans (35%) et 41% pensent qu'elles ont entre 50 et 60 ans. Seules 9% des femmes estiment qu'elles ont moins de 35 ans et 15% qu'elles ont plus de 60 ans. L'enquête Técla révèle donc un décalage entre la réalité et l'image associée à ces fruits perliers.

♥ Jacqueline Kennedy, la célébrité associée la plus spontanément à des bijoux en perles

Symbole d'un style à la fois à la fois sobre, classique et glamour, Jacqueline Kennedy reste, cinquante ans après sa mort, la célébrité que les Françaises associent le plus aux bijoux en perles (49%), loin devant l'actuelle Première dame des États-Unis, Michelle Obama (21%) ou la très populaire duchesse de Cambridge Kate Middleton (20%). Malgré son rôle dans « La Jeune Fille à la perle », Scarlett Johansson, est beaucoup moins associée à ces gemmes nacrées (8%), tout comme Brigitte Bardot (2%), pourtant grande amatrice de bracelets Técla comme on peut l'observer dans les scènes les plus célèbres du « Mépris ».

LA FEMME CÉLÈBRE ASSOCIÉE LA PLUS SPONTANÉMENT À DES BIJOUX EN PERLES



Fiche technique

Etude réalisée par Internet du 27 février au 1^{er} mars 2013 auprès d'un échantillon de **619 femmes**, extrait d'un échantillon national représentatif de **1 190** personnes âgées de 18 ans et plus. La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération.

Contacts Presse

- **Técla** : Françoise ALLIOT – 01 42 61 03 29 – f.alliot@tecla.fr
- **Ifop** : François KRAUS – 01 72 34 94 64 – francois.kraus@ifop.com

Le point de vue de Técla

« Cette enquête a été commandée par Técla pour s'assurer que ses créations sont bien en adéquation avec les attentes de sa clientèle.

Françoise Alliot, directrice de la boutique Técla rue de la Paix, confirme que "la pureté de ligne d'un collier, cette perfection d'élégance, séduit toujours mais plutôt une clientèle au-delà de 30 ans.

Nos bracelets B.B. connaissent un grand succès, auprès des toutes jeunes femmes, et la demande est forte pour l'éclatante diversité qu'apportent les boucles d'oreilles.

Les Françaises plébiscitent les couleurs, la diversité des orientes des perles de Tahiti, les nuances dorées de la perle Gold, les tons doux des perles eau douce.

D'ailleurs dans le domaine des variétés de lumières, nos collections Berlingots et Fenice, qui réinterprètent la création autour de la perle en l'associant aux pierres fines, séduisent toutes les générations. »

Françoise Alliot, directrice de la boutique Técla rue de la Paix

A propos de TECLA

« Técla est une Maison française, patrimoine de la Haute Joaillerie depuis 1912.

Spécialiste de la perle de culture, Técla a su trouver sa richesse d'inspiration au fil des décennies pour se réinventer.

Comme le temps n'arrête pas la création, cette maison centenaire vous reçoit dans sa boutique écrin de la rue de la Paix, merveille décorée par Jansen en 1920. Façade ouvragée, panneaux de coromandel du XVIII^e siècle sur les murs, en font un lieu unique à Paris. Un temple du luxe à la fois feutré et discret où le raffinement sur mesure est préservé et dédié à celles qui portent les créations Técla.

Un monde sous mille éclats de perles, un symbole d'élégance »

Depuis 1912, TECLA est le grand joaillier spécialisé dans le domaine des perles de culture, référence d'une clientèle non seulement française mais également mondiale. En 1912, peu après l'apparition du procédé de la culture des perles (en 1909), Jo Goldman, expert en perles, fonde TECLA, qui va devenir la première Maison de joaillerie à les importer en Europe. Pour la première fois Place Vendôme, un grand joaillier créera des collections autour des perles de culture.

TECLA prendra ensuite son essor avec son fils, Jacques Goldman, qui ouvrira des boutiques dans les grandes capitales occidentales, à Londres, Berlin et New York (sur la 5^{ème} avenue).

Les bouleversements liés à la Seconde Guerre Mondiale engendreront la fermeture progressive des boutiques à l'étranger, la boutique de Paris restant seule active. Puis, de 1958 à 1995, la Maison sera gérée par les deux cousines germaines de Jacques Goldman, qui perpétuèrent la tradition d'une grande qualité, sans pour autant chercher à redévelopper la marque.

En 1995, la Maison a été reprise par Sonia de Maigret-Ledoux, qui sut rajeunir et moderniser la marque tout en préservant l'image haut-de-gamme de TECLA.

Quelques dates de l'histoire de TECLA

1912	Jo Goldman fonde Técla
1920	Inauguration de la boutique du 2 rue de la Paix, décorée par Jansen
1960	Création du bracelet fétiche pour Mademoiselle Bardot
1970/80	Técla est la référence française de la perle de culture
1995	Técla est repris par Sonia de Maigret-Ledoux qui modernise la création
2006	Création de la collection Berlingots –perles et pierres de couleur-.
2009	Création de la collection joaillerie Comètes