



RAPPORT D'ACTIVITÉ DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE L'UBH

Année 2025

ÉDITO

Notre métier traverse une période complexe mais notre profession est suffisamment résiliente pour s'y adapter.

En 2025, le marché français de la bijouterie-horlogerie est resté stable en valeur, porté par le haut de gamme et marqué par l'envolée du cours des métaux précieux, mais sous tension réelle en volume. Moins de pièces vendues, des prix moyens en hausse, une croissance concentrée sur le premium, moins de trafic dans les magasins... Dans ce contexte exigeant, nos détaillants indépendants ont mieux résisté que la vente à distance, qui recule fortement. Cette résilience n'est pas un hasard : elle tient à ce que nous savons faire mieux que quiconque, le conseil, la confiance, la relation humaine.

C'est précisément cette singularité que l'UBH s'attache à défendre, jour après jour, sur tous les fronts. Notre pôle Affaires Juridiques et Économiques a confirmé son rôle de proximité, en accompagnant les adhérents sur les sujets les plus sensibles, du rachat d'or à la conformité LCB-FT. Mais notre action ne s'est pas arrêtée au conseil : nous nous sommes battus pour vos intérêts économiques.

Opposition à un projet de TVA à 33 %, action contre les effets du Décret Tertiaire, mobilisation sur la question des loyers et leur mensualisation, élaboration d'une proposition de loi contre le rachat d'or sauvage portée par plusieurs parlementaires — autant de combats menés pour préserver la compétitivité de nos entreprises.

La sécurité de nos commerces aura été l'un des grands marqueurs de l'exercice. Face à la recrudescence des actes visant nos boutiques, l'UBH a porté une parole de terrain crédible et documentée auprès des ministères de l'Intérieur et de la Justice. Cet engagement a trouvé une reconnaissance institutionnelle inédite : la création actée d'une Commission interministérielle de sécurité des commerces, qui débutera ses travaux en septembre 2026. Nous y porterons, sans relâche, les préoccupations spécifiques de notre filière.



L'année a aussi été celle d'une vraie modernisation sociale. Avec huit accords signés, les partenaires sociaux ont refondé la protection sociale de branche, modernisé la classification des emplois et adapté nos dispositifs de formation et de rémunération. Ces chantiers structurants donnent à nos entreprises un cadre plus lisible et plus protecteur.

Enfin, l'UBH a regardé vers l'avenir. Notre Learning Expedition à New York l'a confirmé : le commerce de demain ne reposera pas sur davantage de technologie visible, mais sur une alliance subtile entre intelligence artificielle, excellence opérationnelle, expérience émotionnelle et engagement durable.

La technologie, incontournable, se fait discrète ; la relation s'impose. Nos Matinales, le lancement de notre podcast « Facettes », les Prix de l'UBH ou encore notre réflexion inédite sur les convergences entre bijouterie et boulangerie traduisent cette même conviction : réenchanter le quotidien de nos clients dans nos magasins reste notre plus belle mission.

Les premiers signaux de 2026 sont encourageants. Notre organisation se renforce, nos adhérents nous font confiance, plus nombreux cette année encore. Je veux les en remercier, ainsi que notre équipe permanente, dont l'engagement quotidien donne tout son sens à l'action collective.

**Notre métier a une âme.
Continuons, ensemble, à la faire vivre.**

Eric Cheminade Président de l'UBH



ATTIRER &
FÉDÉRER



DÉFENDRE &
REPRÉSENTER



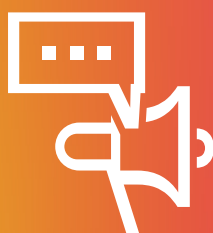
ANTICIPER



ACCOMPAGNER



FORMER



COMMUNIQUER

SOMMAIRE

p4 **Évolution du CA
et du nombre
d'adhérents 2025**

p5 **Analyse du marché 2025**

p6-30 **Rapport d'activité**

p6 Pôle Affaires Juridiques
et Économiques

p9 Pôle affaires sociales

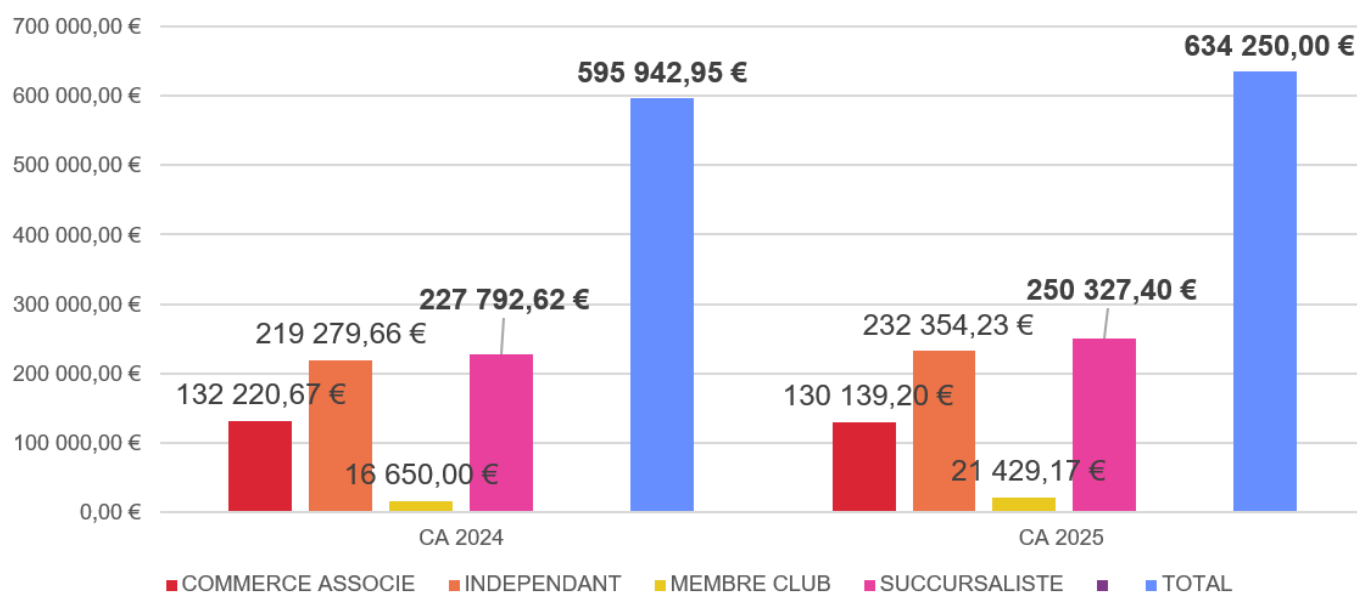
p12 Pôle Formation

p17 Sécurité des commerces

p20 Initiatives de l'UBH

Évolution du CA et du nombre d'adhérents 2025

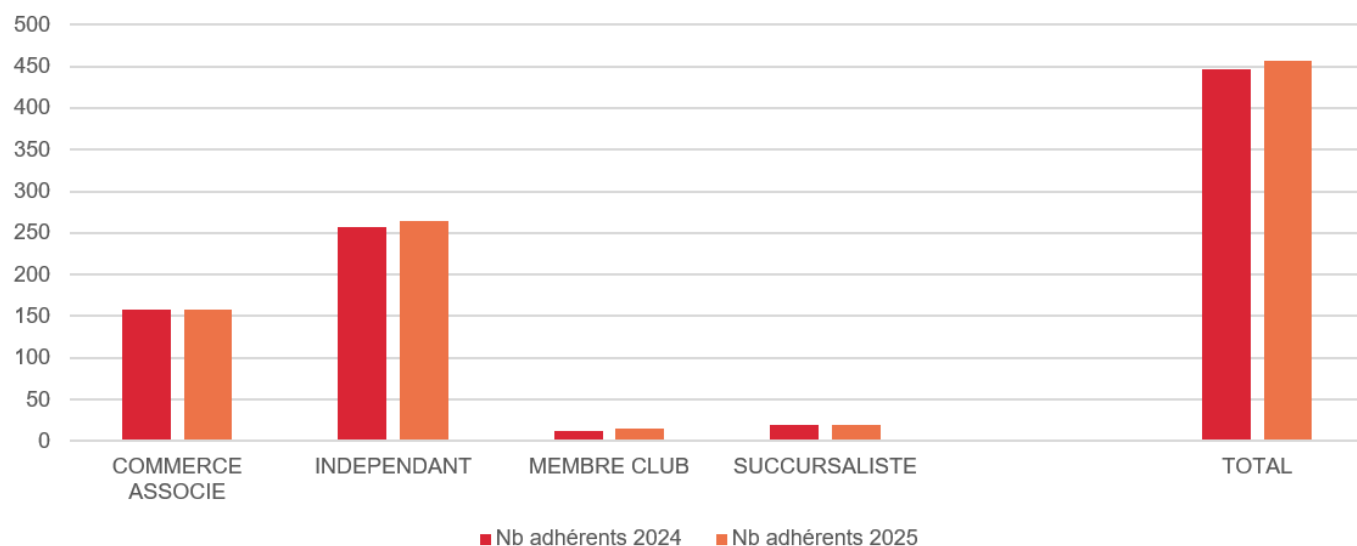
CA des adhésions 2025/2024



CA 2025 : 634 250,00 € (-33 K€ de Claire's en attente action liquidateur)

CA 2024 : 595 942,95 €

Nombre d'adhérents 2025/2024



Nombre d'adhérents en progression en 2025 vs 2024 (457 vs 446)

Analyse du marché 2025

Source : Baromètre Francéclat

En 2025 le marché français est resté stable en valeur mais sous tension en volume. La croissance provenait principalement du haut de gamme et de la hausse des cours des métaux précieux. Les détaillants indépendants ont mieux résisté que le e-commerce, qui a continué de reculer.

Indicateur	2024	2025	Évolution
Ventes de bijoux précieux et montres en France	5,9 Md€	≈ 6,0 Md€	+1 %
Nombre de mois en croissance	7 mois	8 mois	+1 mois
Fin d'année	Stable	Novembre -5 %, Décembre -1 %	Dégradation
Vente à distance	-7 %	-18 %	Forte baisse

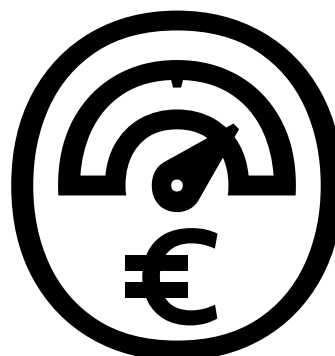
Marché français : comparaison 2025 vs 2024

Le marché français n'est plus dans une logique de croissance forte.

La progression de + 1%, malgré la flambée du cours de l'or, masquait :

- une baisse des volumes vendus,
- une hausse du prix moyen,
- une concentration de la croissance sur les produits premium.

Pour les détaillants, le chiffre d'affaires a résisté davantage grâce à la valeur qu'aux quantités vendues.



RAPPORT D'ACTIVITÉ 2025–2026

Pôle Affaires Juridiques et Économiques



Pierre-Antoine HAGERMAN
*responsable des affaires
juridiques et économiques*

Accompagnement et conseil aux adhérents

Afin d'améliorer le suivi et la qualité du service rendu aux entreprises adhérentes, l'UBH a déployé début 2024 un outil de gestion et de suivi des consultations du pôle Affaires Juridiques et Économiques. Cette démarche permet d'assurer une meilleure traçabilité des demandes et d'identifier les principales préoccupations du secteur.

L'année 2025–2026 confirme un niveau d'activité soutenu, témoignant du rôle essentiel de l'UBH dans l'accompagnement quotidien des professionnels.

Les consultations ont principalement porté sur les sujets suivants :

1. Rachat d'or
2. Accompagnement et assistance sur des problématiques diverses
3. Médiation de la consommation
4. Lutte contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme (LCB-FT)
5. Contentieux fournisseurs et consommateurs
6. Affichage et information du consommateur pour les bijoux
7. Garantie des métaux précieux et poinçons
8. Contrôles administratifs (DGCCRF, Douanes...), dépôt-vente et RSE
9. Déclaration annuelle d'achat des métaux ferreux et non ferreux
10. Assurances professionnelles

Représentation de la profession et actions d'influence

Au cours de l'exercice 2025–2026, l'UBH a poursuivi activement sa mission de représentation des intérêts de la profession auprès des pouvoirs publics et des administrations, à travers plusieurs groupes de travail et actions d'influence stratégiques.

Garantie des métaux précieux :

L'UBH a poursuivi ses travaux relatifs à l'évolution du cadre réglementaire applicable à la garantie des métaux précieux.

Parallèlement, l'organisation participe aux réflexions visant à mettre en place un portail numérique destiné aux opérateurs du secteur, permettant la dématérialisation :

- des déclarations d'existence (initiales et modificatives) ;
- des fiches d'apport à la marque ;
- des déclarations récapitulatives semestrielles ;
- du livre de police.



**Marc et Alexandre Aimonino, société Argentic
Sandrine Marcot, Présidente Déléguée de l'UBH**

Lutte contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme (LCB-FT) :

Face aux évolutions réglementaires européennes à venir, l'UBH a engagé plusieurs actions structurantes afin de préparer les entreprises du secteur dans les meilleures conditions :

- organisation d'une réunion exceptionnelle réunissant la DGCCRF, la Direction Générale du Trésor, la DGDDI et Tracfin ;
- veille et anticipation de la future réglementation européenne qui entrera en vigueur en 2027 ;
- action d'influence visant à prévenir toute surtransposition des textes européens en droit français ;
- audit approfondi de plusieurs solutions du marché, ayant conduit à la sélection de la solution Argentic ;
- mise en place d'une offre de formation dédiée aux adhérents.

Réglementation du rachat d'or :

L'UBH poursuit son engagement en faveur d'un cadre réglementaire plus protecteur et plus équitable.

Concernant la lutte contre le rachat d'or sauvage :

- dépôt d'une question parlementaire par François Hollande ;
- travaux engagés avec plusieurs députés pour l'élaboration d'une proposition de loi visant à interdire le rachat d'or sauvage.

En complément, une formation spécifique a été développée afin d'accompagner les adhérents dans leurs activités de rachat d'or auprès des consommateurs.



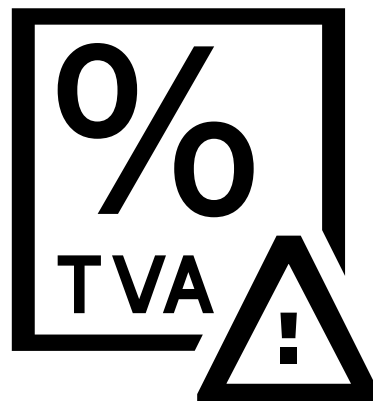
**Marie-Pierre Vedrenne Ministre Déléguée auprès du
Ministre de l'Intérieur avec les représentants des
forces de Police nationale et de la Gendarmerie Natio-
nale ainsi que Madame Sandrine Marcot.**



Défense des intérêts économiques du secteur :

L'UBH s'est également mobilisée sur plusieurs dossiers majeurs impactant directement la compétitivité des entreprises :

- opposition à un projet d'amendement visant à porter le taux de TVA applicable à la bijouterie-horlogerie à 33 % ;
- intervention sur le dispositif « Éco Énergie Tertiaire » et opposition aux arrêtés relatifs aux valeurs absolues du Décret Tertiaire. Un recours est en cours contre ce dispositif en collaboration avec de nombreuses fédérations du commerce.
- GT sur la problématique des loyers et travaux au sein du CNC pour faire intégrer, entre autres mesures, la mensualisation des loyers dans la Loi de simplification.



Développement des outils et partenariats opérationnels

Afin d'apporter des solutions concrètes et sécurisées aux professionnels, l'UBH a poursuivi le développement de ses partenariats techniques et réglementaires.

Les échanges menés avec plusieurs acteurs spécialisés, notamment Odeis, Cestia (Sinex) et Argentic, ont permis d'accompagner les adhérents sur des sujets clés tels que :

- le rachat d'or ;
- la médiation de la consommation ;
- la TVA ;
- les moyens de paiement ;
- les obligations réglementaires liées à la conformité.

Ces collaborations contribuent à renforcer l'accompagnement opérationnel proposé aux entreprises et à faciliter leur mise en conformité dans un environnement réglementaire en constante évolution.

Synthèse

Au cours de l'exercice 2025–2026, le pôle Affaires Juridiques et Économiques a confirmé son rôle central au service des adhérents en combinant :

- un accompagnement juridique et réglementaire de proximité ;
- une forte activité de représentation et de défense des intérêts de la profession ;
- une anticipation des évolutions législatives et réglementaires ;
- le développement d'outils et de solutions opérationnelles facilitant la conformité des entreprises.

Cette action quotidienne permet aux professionnels de la bijouterie-horlogerie de bénéficier d'un environnement plus sécurisé, plus lisible et mieux adapté aux réalités de leur activité.

RAPPORT D'ACTIVITÉ SOCIAL 2025

Commission paritaire permanente de négociation et d'interprétation (CPPNI) : Principales décisions et accords validés en 2025



Judith DONNEDIEU
directrice des affaires sociales

Pour rappel, l'UBH est le syndicat représentatif de la branche de bijouterie et d'horlogerie de détail qui négocie les accords sociaux (commission sociale et CPPNI) et formation (CPNEFP) de la branche.

Les commissions sociales et paritaires sont très actives et mènent au minimum une réunion mensuelle.

En 2025, 8 accords ont été signés

I. Travaux et décisions validés en 2025

1. Classification des emplois

Les partenaires sociaux ont poursuivi les travaux de refonte complète de la classification conventionnelle afin de :

- moderniser la grille de classification ;
- sécuriser juridiquement les critères classants ;
- harmoniser les définitions et le vocabulaire utilisé ;
- construire un système de cotation des emplois fondé sur des critères objectifs ;
- maintenir l'architecture générale de la convention collective tout en la simplifiant ;
- conserver le niveau A dans la grille, même s'il est peu utilisé aujourd'hui ;
- élaborer un guide méthodologique destiné à accompagner les entreprises dans l'application de la future classification.

Les travaux ont abouti à la signature de l'accord relatif à la classification des emplois du 20 février 2026.

2. Prévoyance

Les partenaires sociaux ont validé les orientations suivantes :

- maintien du principe d'une recommandation en prévoyance
- lancement d'une procédure formalisée de mise en concurrence pour une prise d'effet au 1er janvier 2026
- choix d'un organisme recommandé unique
- maintien du mécanisme de revalorisation des prestations indexé sur l'AGIRC-ARRCO
- maintien du niveau des garanties existantes
- intégration du niveau des frais de gestion parmi les critères majeurs de sélection
- encadrement renforcé des fonds de solidarité et du fonctionnement du dispositif SAPHIR

Ces travaux ont conduit à la signature de l'avenant prévoyance du 5 décembre 2025 puis de l'avenant rectificatif du 20 février 2026.

3. Complémentaire santé

Les partenaires sociaux ont validé :

- la refonte complète du régime frais de santé applicable au 1er janvier 2026 ;
- le maintien du niveau global des garanties sans dégradation des couvertures ;
- un régime mutualisé adapté aux TPE-PME de la branche ;
- un financement partagé entre employeur et salarié ;
- l'adhésion obligatoire de l'ensemble des salariés, sous réserve des cas de dispense légaux ;
- la mise en place d'une nouvelle organisation du dispositif au 1er janvier 2026.

L'accord santé a été présenté puis mis à signature lors de la CPPNI du 10 juillet 2025.

4. Fonds de solidarité SAPHIR

Les partenaires sociaux ont validé :

- l'affectation des sommes disponibles au fonds de solidarité ;
- la nécessité d'encadrer juridiquement l'utilisation de ces fonds ;
- la sécurisation du fonctionnement du Haut Degré de Solidarité (HDS) ;
- la demande d'évaluation des sommes dues au titre du régime santé ;
- la sollicitation des organismes assureurs afin de formuler des propositions complémentaires.

Ces orientations ont été validées lors de la réunion du 21 mars 2025.

II. Accords et avenants conclus

Liste des accords et avenants 2025-2026

Salaires minima hiérarchiques 2025

(6 décembre 2024) : fixation d'une nouvelle grille de minima conventionnels, applicable à compter du 1er janvier 2025, pour les ouvriers-employés, agents de maîtrise et cadres relevant de la CCN du commerce de détail de l'horlogerie-bijouterie. L'avenant rappelle également les obligations des entreprises en matière d'égalité salariale entre les femmes et les hommes.

Pro-A (20 mai 2025) : élargissement de la liste des certifications éligibles à la Pro-A, dispositif de reconversion ou promotion par alternance, avec de nombreux titres de niveau 4 à 7 en commerce, management, ressources humaines, logistique, etc., permettant de financer des parcours qualifiants en alternance pour les salariés.

Régime frais de santé (10 juillet 2025) : refonte complète du régime complémentaire obligatoire au 1er janvier 2026, avec abrogation de l'accord de 2015 et de ses avenants, adhésion obligatoire de tous les salariés, financement à 50/50 employeur-salarié, garanties définies par la branche, portabilité, dispenses limitées et options possibles.

Salaires minima hiérarchiques 2026

(21 novembre 2025) : fixation d'une nouvelle grille de minima conventionnels applicable au 1er janvier 2026 pour les niveaux A à J de la CCN du commerce de détail de l'horlogerie-bijouterie, à utiliser pour vérifier la conformité des rémunérations minimales conventionnelles applicables aux salariés de la branche.

Prévoyance (5 décembre 2025) : ajustement de l'accord prévoyance de 2015 au 1er janvier 2026, renouvellement de la recommandation APICIL Prévoyance, modification des conditions d'accès, notamment ancienneté d'un an pour les non-cadres, revalorisation des capitaux décès et des taux de cotisation, avec répartition employeur-salarié selon les règles de la branche.

Protection sociale complémentaire des cadres

(20 février 2026) : avenant à l'accord du 17 mai 2024 relatif aux garanties de protection sociale complémentaire des cadres, visant à ajuster le dispositif applicable aux salariés cadres de la branche et à sécuriser son articulation avec les régimes de prévoyance et de frais de santé.

Classification des emplois (20 février 2026) :

signature d'un accord relatif à la classification des emplois, destiné à moderniser la grille de classification de la branche et à mieux structurer les emplois, niveaux de responsabilité et parcours professionnels au sein des entreprises relevant de la CCN.

Avenant rectificatif prévoyance (20 février 2026) :

rectification de l'avenant n°3 du 5 décembre 2025 à l'accord prévoyance du 16 décembre 2015, afin de corriger une erreur matérielle et de sécuriser la rédaction du dispositif applicable.

Synthèse

L'année 2025 a été marquée par trois chantiers majeurs de branche :

- la modernisation de la protection sociale (santé et prévoyance),
- la refonte des classifications
- et l'adaptation des dispositifs de formation et de rémunération.

Ces travaux ont abouti à plusieurs accords structurants destinés à entrer en vigueur principalement au 1er janvier 2026.

Tableau récapitulatif des accords et avenants

Thème	Date de signature	Synthèse
Salaires minima hiérarchiques 2025	6 décembre 2024	Fixation d'une nouvelle grille de minima conventionnels applicable à compter du 1er janvier 2025, pour les ouvriers-employés, agents de maîtrise et cadres relevant de la CCN du commerce de détail de l'horlogerie-bijouterie. L'avenant rappelle également les obligations des entreprises en matière d'égalité salariale entre les femmes et les hommes.
Pro-A	20 mai 2025	Élargissement de la liste des certifications éligibles à la Pro-A, dispositif de reconversion ou promotion par alternance, avec de nombreux titres de niveau 4 à 7 en commerce, management, ressources humaines, logistique, etc., permettant de financer des parcours qualifiants en alternance pour les salariés.
Régime frais de santé	10 juillet 2025	Refonte complète du régime complémentaire obligatoire au 1er janvier 2026, avec abrogation de l'accord de 2015 et de ses avenants, adhésion obligatoire de tous les salariés, financement à 50/50 employeur-salarié, garanties définies par la branche, portabilité, dispenses limitées et options possibles.
Salaires minima hiérarchiques 2026	21 novembre 2025	Fixation d'une nouvelle grille de minima conventionnels applicable au 1er janvier 2026 pour les niveaux A à J de la CCN, à utiliser pour vérifier la conformité des rémunérations minimales conventionnelles applicables aux salariés de la branche.
Prévoyance	5 décembre 2025	Ajustement de l'accord prévoyance de 2015 au 1er janvier 2026, renouvellement de la recommandation APICIL Prévoyance, modification des conditions d'accès, notamment ancienneté d'un an pour les non-cadres, revalorisation des capitaux décès et des taux de cotisation, avec répartition employeur-salarié selon les règles de la branche.
Protection sociale complémentaire des cadres	20 février 2026	Avenant à l'accord du 17 mai 2024 relatif aux garanties de protection sociale complémentaire des cadres, visant à ajuster le dispositif applicable aux salariés cadres de la branche et à sécuriser son articulation avec les régimes de prévoyance et de frais de santé.
Classification des emplois	20 février 2026	Signature d'un accord relatif à la classification des emplois, destiné à moderniser la grille de classification de la branche et à mieux structurer les emplois, niveaux de responsabilité et parcours professionnels au sein des entreprises relevant de la CCN.
Avenant rectificatif prévoyance	20 février 2026	Rectification de l'avenant n°3 du 5 décembre 2025 à l'accord prévoyance du 16 décembre 2015, afin de corriger une erreur matérielle et de sécuriser la rédaction du dispositif applicable.

RAPPORT D'ACTIVITÉ FORMATION 2025

Commission paritaire nationale de l'emploi et de la formation professionnelle (CPNEFP)



Stéphanie URLI
chargée de formation

Concernant les négociations avec les organisations syndicales représentatives dans le cadre de la Commission Paritaire National de l'Emploi et de la Formation Professionnelle (CPNEFP) / Commission Paritaire de la branche du Commerce de détail de l'Horlogerie-Bijouterie, en 2025 les représentants de la Branche, dirigée par l'UBH a organisé 8 réunions de CPNEFP/SPP

Négociations sur :

Le suivi des engagements financiers dans le cadre des SPP (Section Paritaire Professionnelle) lié aux dispositifs suivants :

- Alternance éligible à la péréquation et Alternance non éligible à la péréquation
- Plan de développement des compétences avec compétences + et click and form

Les critères de prise en charge :

- Définition des niveaux de prise en charge des couts contrat en lien avec le dispositif de l'apprentissage
- Définition des critères de prise en charge en lien avec le plan de développement des compétences, la professionnalisation non éligible à la péréquation
- Actualisation de la liste Pro-A (nouvellement appelé période de reconversion)

Travaux 2025 réalisés :

Pour la promotion des métiers :

- Réalisation d'une nouvelle vidéo métier
- Campagne de médiatisation
- Stratégie de référencement afin d'améliorer le positionnement du site internet paritaire Osez L'Horlogerie Bijouterie sur les moteurs de recherche.

Observatoire :

- Etude sur l'impact de l'intelligence artificielle générative sur les métiers et les compétences
- Panorama de branche
- Etudes interbranches:
 1. Impact de l'IA générative
 2. Manager de demain
 3. EDEC Génération S
 4. Transition écologique

Projets 2026

Observatoire :

- Réalisation d'un guide des dispositifs et outils mobilisables pour accompagner l'évolution des emplois et des compétences
- Réalisation d'un benchmark intersectoriel ciblé

Promotion des métiers :

- Stratégie de médiatisation 2026

A venir :

Les rencontres des métiers du commerce du 5 au 16 octobre 2026 avec des rencontres sur l'apprentissage, des matinées d'immersion, des salons professionnels, job dating...

Rencontres des Métiers du Commerce

La deuxième édition de la campagne nationale des Rencontres des Métiers du Commerce, organisée par les vingt branches constitutives de l'Opcommerce et visant à renforcer la visibilité des métiers du commerce auprès des jeunes et des demandeurs d'emploi, s'est tenue du 29 septembre au 17 octobre 2025.

Organisées sur l'ensemble du territoire, ces rencontres ont bénéficié du soutien stratégique de la branche de Bijouterie et Horlogerie de détail.

Selon les chiffres recensés par l'Opcommerce, plus de 4 000 collégiens et lycéens ont été sensibilisés à travers vingt-six sites participant au dispositif de découverte des métiers du commerce. Parallèlement, 309 événements ont été publiés sur la plateforme dédiée, mobilisant plus de 340 entreprises.

Le site internet de la campagne a enregistré près de 500 000 visites sur la période et l'opération a généré près de 130 retombées médiatiques, dans la presse écrite, à la radio et à la télévision.



**Rencontres
des Métiers
du Commerce**

Une offre de formation globalement stable en 2025

En 2025, UBH Académie a proposé :

- 36 formations, contre 40 en 2024, soit une baisse limitée de 10 %
- 3 ateliers gratuits complémentaires

Parmi ces 36 formations proposées, 11 formations ont effectivement été réalisées :

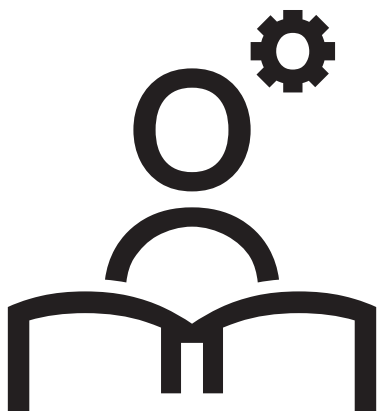
- 7 en distanciel
- 4 en présentiel

Cela représente une diminution de 42 % du nombre de formations dispensées par rapport à 2024 (19 formations réalisées en 2024 contre 11 en 2025).

Un enjeu principal : le remplissage des sessions

L'analyse des résultats montre que la baisse d'activité ne s'explique pas principalement par la réduction de l'offre de formation, relativement modérée (-10 %).

Le principal défi rencontré en 2025 réside dans la difficulté croissante à atteindre les seuils d'inscription nécessaires au maintien des sessions programmées.



Facteurs explicatifs identifiés

Plusieurs éléments peuvent contribuer à cette situation :

- Un ralentissement de l'activité en début d'année, avec un intervalle de près de deux mois et demi entre la première formation du 20 janvier 2025 et la suivante, organisée le 7 avril 2025.
- Un canal de communication qui s'est révélé moins performant que prévu. Les actions de promotion réalisées via la newsletter hebdomadaire de l'UBH ont généré moins d'inscriptions que les campagnes adressées directement par la chargée de formation.
- Un contexte économique plus contraint conduisant les entreprises à arbitrer davantage leurs dépenses.
- Une difficulté accrue pour les employeurs à libérer leurs collaborateurs sur des temps dédiés à la formation.

Profil des entreprises participantes :

Les 11 formations réalisées en 2025 ont permis à 17 établissements de former leurs salariés :

Typologie	Résultat 2025	Évolution vs 2024
Indépendants	6 établissements	Stable
Prospects	5 établissements	-58 %
Commerces associés	4 établissements	-33 %
Succursalistes	2 établissements	-50 %

Participation aux formations :

En 2025, les formations ont réuni :

60 stagiaires, contre 133 en 2024, soit une baisse de 55 % du nombre de participants.

Une dynamique positive sur les ateliers gratuits

En complément des formations, trois ateliers gratuits d'une heure ont été organisés :

Atelier	Date	Nombre d'inscrits
Le diamant naturel	23 janvier 2025	10
Le diamant synthétique	4 septembre 2025	51
La sécurité des magasins	8 décembre 2025	44

Total : 105 inscrits sur les trois ateliers.

Cette activité enregistre une progression notable par rapport à 2024 :

105 inscrits en 2025 contre 68 inscrits en 2024

Soit une augmentation de 54 % du nombre de participants aux ateliers gratuits.

Cette performance confirme l'intérêt des professionnels pour des formats courts, accessibles et ciblés sur des sujets à forte valeur ajoutée.

Sur les 36 formations programmées en 2025, 25 formations ont été annulées

Motif principal : nombre insuffisant de participants inscrits.

Ce constat confirme que l'enjeu prioritaire pour UBH Académie n'est pas tant la construction de l'offre que sa commercialisation et sa capacité à mobiliser les entreprises autour des sessions proposées.

Premières tendances 2026 : des signaux très encourageants

À fin mai 2026 :

- 10 formations ont déjà été réalisées
- contre seulement 3 à la même période en 2025

Soit une progression de 233 %.

SAVOIR CONSEILLER & VENDRE LE DIAMANT NATUREL

« Je trouve que cela permet d'approfondir en détails ce que l'on peut apprendre dans nos boutiques et d'avoir un bagages plus complet ce sentir à l'aise professionnellement pour répondre aux questions des clients ou leur apporter une connaissance qu'ils n'ont pas sur les produits. »



Bijouterie Finovi — Céline S

SAVOIR CONSEILLER & VENDRE LE DIAMANT SYNTHÉTIQUE

« Formation enrichissante et très détaillée avec une formatrice à l'écoute, intéressante qui sait rendre le moment vivant et dynamique ! »



Creation Bijoux Diego — Mélanie C

Les facteurs de cette reprise :

Plusieurs actions engagées depuis le début de l'année produisent des résultats positifs :

Renforcement du réseau d'intervenants :

UBH Académie s'est appuyée sur de nouveaux intervenants, en complément des experts historiques, permettant d'enrichir et de renouveler l'offre proposée.

Développement de formations à forte demande :

Cinq sessions consacrées au rachat d'or ont été organisées et réalisées avec succès.

Ces formations ont enregistré en moyenne une dizaine de participants par session, démontrant leur adéquation avec les besoins du marché.

Lancement de nouvelles thématiques :

Une nouvelle formation dédiée à l'expertise de bijoux a également été proposée et réalisée, contribuant à diversifier l'offre de formation.

Optimisation des actions de communication :

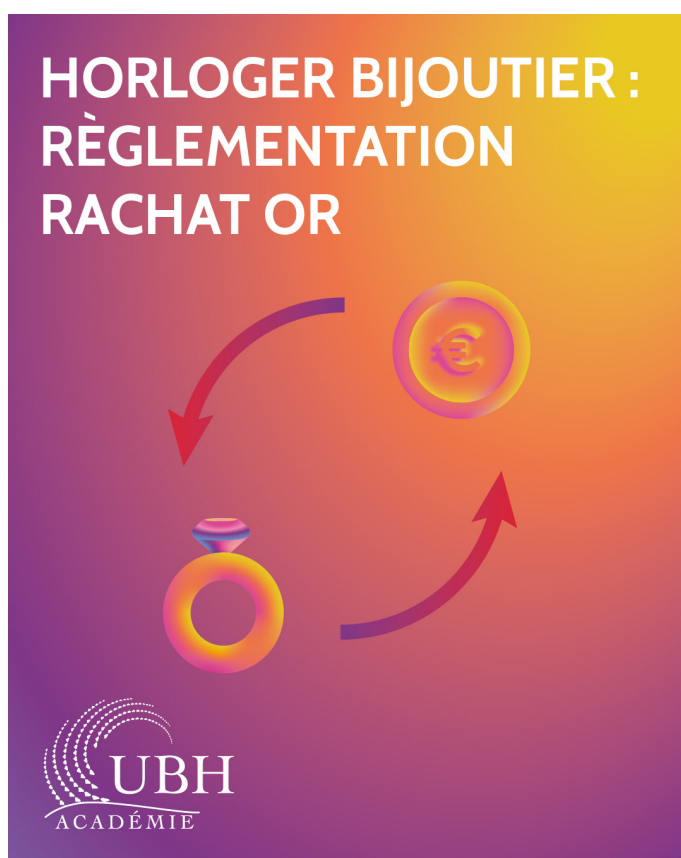
Les campagnes de promotion sont désormais adressées directement par la chargée de formation, un canal qui a démontré une efficacité supérieure en matière de mobilisation et d'inscriptions.

Conclusion

L'année 2025 a été marquée par une contraction significative de l'activité de formation, principalement liée aux difficultés de recrutement des participants plutôt qu'à une diminution de l'offre proposée.

Toutefois, les résultats observés dès les premiers mois de 2026 témoignent d'un retournement de tendance encourageant. Le renforcement de l'offre, l'introduction de nouvelles thématiques répondant aux attentes du marché, l'élargissement du réseau d'intervenants ainsi que l'amélioration des dispositifs de communication semblent déjà produire des effets mesurables.

Ces premiers résultats confirment la pertinence des ajustements engagés et ouvrent des perspectives favorables pour la poursuite du développement d'UBH Académie.



RAPPORT D'ACTIVITÉ UBH 2025

Sécurité des commerces : une mobilisation renforcée de l'UBH auprès des pouvoirs publics



Sandrine MARCOT
Présidente Déléguée de l'UBH

Commission Sécurité

Face à la recrudescence des actes de délinquance touchant les commerces de proximité et plus particulièrement les bijouteries-horlogeries, l'UBH a poursuivi en 2025 un travail soutenu de représentation et d'influence auprès des ministères de l'Intérieur et de la Justice, des préfectures ainsi que des services de police et de gendarmerie via sa Commission Sécurité.

Cette action s'est traduite par de nombreuses réunions de travail avec les autorités compétentes afin de faire reconnaître les spécificités sécuritaires de notre secteur et de promouvoir des mesures concrètes de protection des commerçants, de leurs collaborateurs et de leurs clients.

Faire entendre la réalité du terrain

À travers les remontées de ses adhérents, l'UBH a alerté les pouvoirs publics sur plusieurs phénomènes préoccupants :

- l'augmentation des braquages, cambriolages et agressions visant les commerces de bijouterie-horlogerie ;
- la montée des incivilités et du sentiment d'insécurité dans de nombreux centres-villes et de manque de présence policière ;
- l'impact économique direct de cette dégradation sécuritaire sur la fréquentation des commerces ;
- les nouvelles formes de criminalité, notamment les escroqueries numériques, le recel organisé et les réseaux de rachat d'or sauvage.

Ces constats ont permis à l'UBH de porter une parole sectorielle crédible et documentée auprès des décideurs publics.

Des avancées concrètes obtenues auprès du ministère de l'Intérieur

Les échanges menés avec le ministère de l'Intérieur et la Préfecture de Police de Paris durant l'année 2025 ont permis de renforcer la coopération opérationnelle entre les forces de l'ordre et les professionnels de la bijouterie-horlogerie et de peser dans la nouvelle Loi RIPOST.

L'UBH a notamment obtenu :

- Un renforcement du dialogue entre les commerces et les référents sûreté de la Police nationale et de la Gendarmerie
- Une mobilisation accrue des forces de sécurité dans le cadre du Plan national anti-hold-up ;
- Une meilleure prise en compte des périodes de forte exposition au risque, notamment lors des fêtes de fin d'année
- Un engagement des autorités à faciliter les démarches de vidéoprotection et à accélérer l'instruction des dossiers lorsque les commerces sont particulièrement exposés.

L'UBH a également poursuivi son action contre le rachat d'or illégal et les activités de recel, en sensibilisant les autorités aux conséquences économiques et sécuritaires de ces pratiques pour les professionnels respectueux de la réglementation.

L'UBH est intervenue devant le Sénat début 2026 pour évoquer cette problématique, à la demande de la Sénatrice Nathalie Goulet

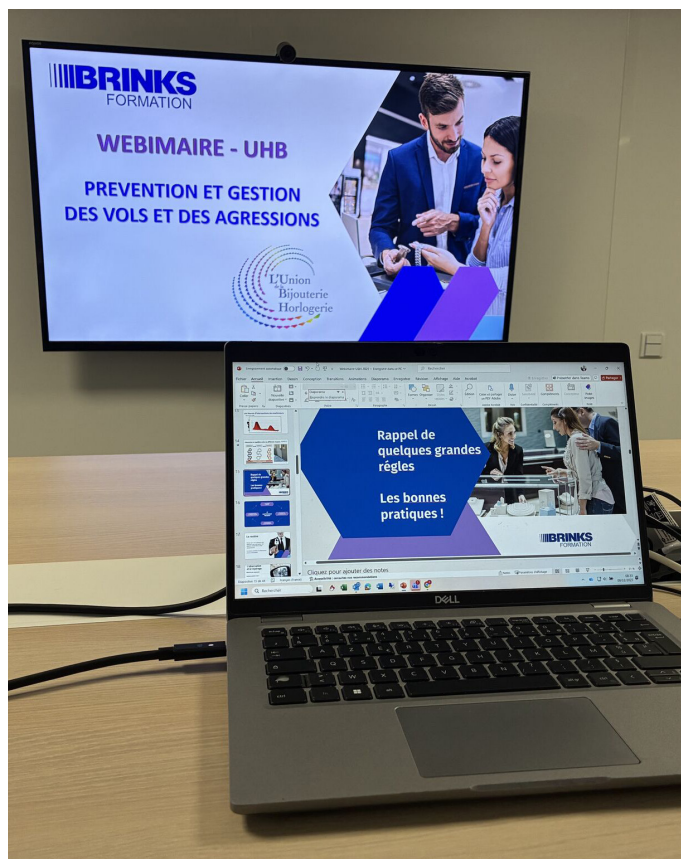
Cette action est couplée au projet de loi rédigé par l'UBH et porté par plusieurs députés. Cette proposition de loi devrait être présentée à la rentrée 2026 à l'Assemblée Nationale.

Renforcer l'efficacité de la réponse judiciaire

Dans le cadre de ses échanges avec le ministère de la Justice, l'UBH a attiré l'attention des pouvoirs publics sur plusieurs enjeux majeurs :

- le besoin d'un meilleur suivi des plaintes déposées par les commerçants ;
- la nécessité d'une meilleure information sur les suites judiciaires données aux affaires ;
- la lutte contre le sentiment d'impunité ressenti par de nombreux professionnels ;
- l'amélioration de la coordination entre les services de police, les parquets et les victimes.

L'UBH a notamment proposé la création d'un dispositif de liaison renforcée entre les ministères de l'Intérieur et de la Justice afin d'améliorer le suivi des procédures relatives aux atteintes commises dans les commerces.



*Webinaire animé par Fabrice ROUSSEAU
Prévention et gestion des vols et agressions*

Accompagner les entreprises dans la prévention des risques

Parallèlement à son action institutionnelle, l'UBH a poursuivi son travail de sensibilisation et d'accompagnement des adhérents en diffusant des recommandations opérationnelles de sûreté et en organisant un webinaire en fin d'année.

Ces actions ont porté sur :

- la prévention des braquages et cambriolages ;
- les bonnes pratiques d'ouverture et de fermeture des magasins ;
- le déploiement de dispositifs de vidéoprotection conformes à la réglementation ;
- la formation des équipes aux comportements à adopter en cas d'agression ;
- le renforcement de la coopération avec les forces de l'ordre locales.

Cette démarche vise à développer une véritable culture de la prévention et de la vigilance au sein de la profession.



Colloque portant sur la lutte contre le blanchiment au Sénat

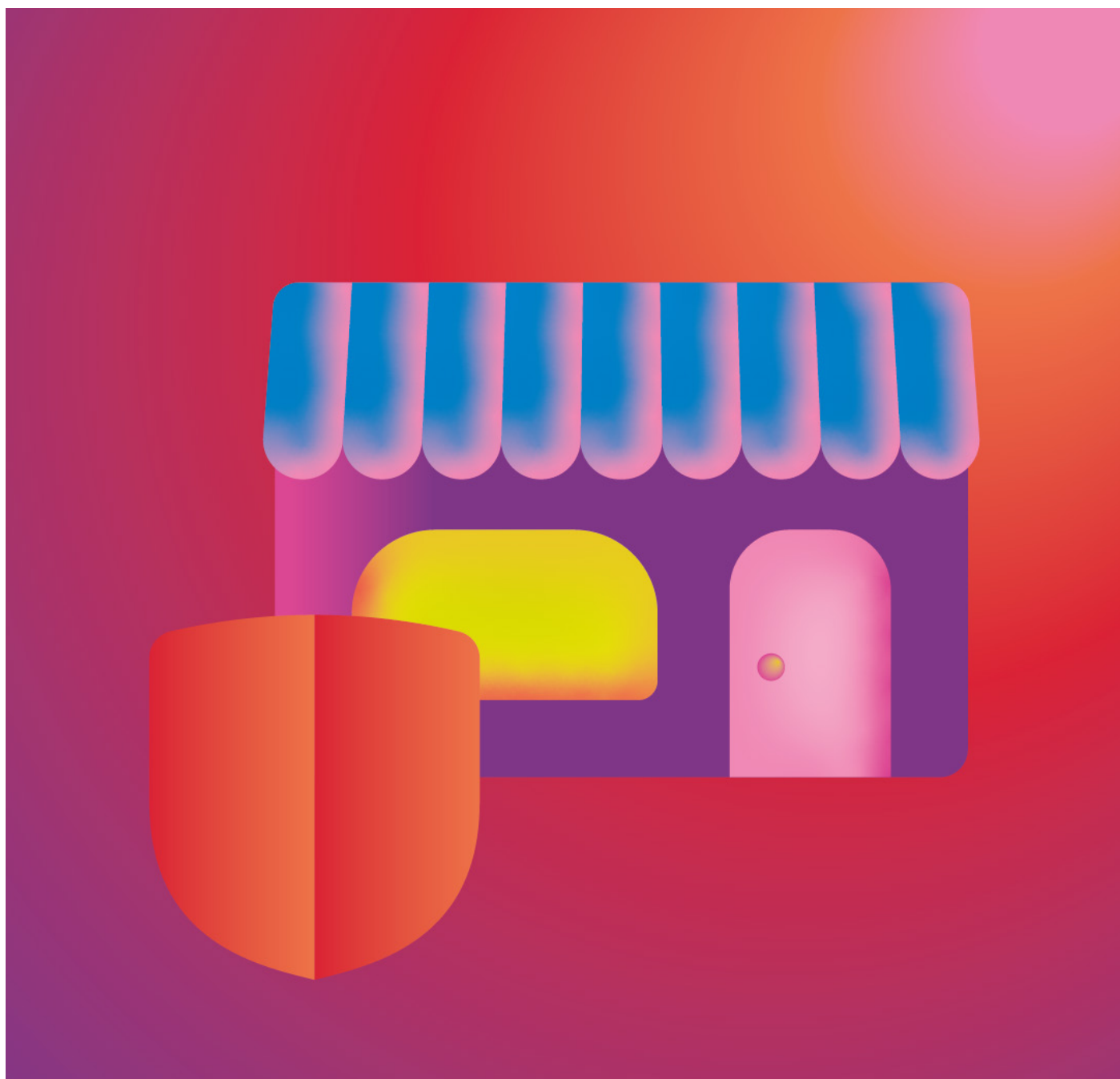
Une reconnaissance nationale du rôle de l'UBH

L'année 2025 marque également une avancée institutionnelle majeure à la suite des travaux menés par l'UBH au sein du Conseil National du Commerce et des nombreuses démarches engagées auprès des pouvoirs publics. La création d'une Commission interministérielle de sécurité des commerces a été actée.

Cette nouvelle instance, qui réunira notamment les ministères de l'intérieur et du commerce, les représentants des forces de sécurité et les organisations professionnelles, débutera ses travaux en septembre 2026.

Cette décision constitue une reconnaissance forte du rôle joué par l'UBH dans la défense des intérêts des commerçants et dans la construction d'une politique publique plus coordonnée en matière de sécurité économique et commerciale.

L'UBH y portera les préoccupations spécifiques des entreprises de la bijouterie-horlogerie et poursuivra son engagement pour obtenir des mesures concrètes permettant de mieux protéger les commerces, leurs salariés et leurs clients.



RAPPORT D'ACTIVITÉ UBH 2025

Initiatives de l'UBH en 2025-2026



Learning expedition et retail tour à New-York pour la NRF 2025

La Learning Expedition 2025 a permis d'identifier les principales transformations qui redessinent le commerce de détail, en particulier dans les secteurs du luxe, de la mode, de la bijouterie et de l'horlogerie.

Ce déplacement, co-financé par Francéclat a rassemblé une trentaine de participants. Il s'est décomposé en deux temps : visites du salon de la retail tech NRF et visite de magasins utilisant des solutions technologiques diverses (gestion de stock, personnalisation, satisfaction et rétention client...).

Les enseignements tirés de cette learning expedition :

1. L'intelligence artificielle devient le moteur du retail

L'IA est désormais présente à toutes les étapes de la chaîne de valeur :

- Préviation de la demande et optimisation des stocks (Autone, Metreecs)
- Analyse prédictive de la satisfaction client (Actionable)
- Personnalisation marketing et recommandations en temps réel (Kahoona, ChatLabs)
- Création automatisée de contenus et visuels (Jasper, StyleShot AI)
- Enrichissement des catalogues produits et amélioration du référencement (Velou)

L'enjeu n'est plus l'expérimentation mais le déploiement opérationnel pour gagner en efficacité, en rentabilité et en qualité d'expérience client.

2. La donnée devient un actif stratégique

Les enseignes cherchent à mieux exploiter les données issues des magasins, du e-commerce et des interactions clients afin de :

- Anticiper les comportements d'achat
- Optimiser les assortiments
- Réduire les ruptures et les surstocks
- Personnaliser les parcours clients
- Mesurer précisément la performance commerciale

La capacité à rendre les systèmes interopérables apparaît comme un enjeu majeur face à la multiplication des plateformes technologiques.



3. Le magasin physique doit offrir une expérience unique

Le point de vente n'est plus seulement un lieu de transaction mais devient un espace d'expérience et d'immersion.

Les tendances observées à New York reposent sur :

- Le storytelling de marque
- La personnalisation
- Le design expérientiel
- L'animation commerciale
- L'hospitalité (cafés, restauration, espaces de détente)
- Les services à forte valeur ajoutée :
Les exemples de Louis Vuitton, Banana Republic, Skims ou du futur Printemps New York illustrent cette évolution vers des lieux de vie capables de créer un lien émotionnel avec le client.



Café Tiffany & Co, New York, 2020

4. Une technologie de plus en plus invisible

Contrairement aux attentes, la technologie n'est plus mise en scène dans les magasins. Elle agit en arrière-plan pour fluidifier les opérations, accélérer le service, optimiser les stocks et améliorer la connaissance client

En revanche, les vendeurs sont de plus en plus équipés d'outils numériques (tablettes, smartphones, oreillettes, RFID) leur permettant d'offrir un service plus performant.

5. RFID et traçabilité

Les technologies RFID, QR codes et passeports numériques deviennent des standards pour :

- La gestion des stocks en temps réel
- La localisation des produits
- L'amélioration des taux de conversion
- La lutte contre la contrefaçon
- Le développement de la seconde main

La traçabilité constitue désormais un levier de performance commerciale autant qu'un facteur de confiance pour le consommateur.



Atelier de création de bijoux WECANDOO

6. La durabilité devient un pilier du modèle économique

La RSE n'est plus un sujet périphérique mais un axe stratégique.

Les initiatives les plus marquantes concernaient la réparation et l'entretien des produits (Prolong), l'allongement de la durée de vie des produits (Arc'teryx Rebirth), la mesure et la réduction des consommations énergétiques (Fujitsu), le développement de la seconde main de luxe (Fashionphile, The RealReal)

Le salon a montré que l'économie circulaire s'imposait progressivement comme un nouveau relais de croissance.

7. Les grands magasins traditionnels sous pression

Les enseignes historiques telles que Macy's, Saks ou Bloomingdale's rencontrent des difficultés à répondre aux nouvelles attentes des consommateurs.

À l'inverse, Nordstrom se différencie par la qualité de ses services, Bergdorf Goodman maintient son attractivité grâce à son positionnement ultra-premium.

Le modèle du grand magasin généraliste apparaît fragilisé au profit de concepts plus expérientiels, spécialisés ou digitaux.

Certains adhérents de l'UBH ont pu visiter le chantier du Printemps dont l'ouverture était prévue en mai 2025.

Pour les acteurs de la bijouterie-horlogerie, les priorités identifiées lors de cette learning expedition ont été de :

- Renforcer la personnalisation de l'expérience client
- Développer la traçabilité et les passeports numériques
- Exploiter davantage les données clients et produits
- Structurer des offres de réparation et de seconde vie
- Utiliser l'IA pour optimiser stocks, marketing et contenus
- Transformer le magasin en lieu d'expérience et de découverte de l'univers de marque

Conclusion

Le principal enseignement de cette Learning Expedition est que l'avenir du commerce physique ne repose pas sur davantage de technologie visible, mais sur une combinaison entre technologie invisible, intelligence artificielle, excellence opérationnelle, expérience émotionnelle et engagement durable.



LE PRINTEMPS, New York, 2026



Boutique-musée SWAROWSKI à Vienne



MITSUKOSHI DEPARTMENT STORE, Ginza, Tokyo, Japan, "Take Your Chance", for Chance Chanel Fragrance

Matinales de l'UBH 2025

Matinale UBH AURA

17 février 2025 – Tour APICIL, Lyon

1. Contexte et objectifs de l'événement

L'UBH a eu le plaisir d'accueillir les bijoutiers-horlogers de la région lyonnaise au sein de la tour Apicil (partenaire de l'UBH) le 17 février 2025 pour une matinée riche en échanges et en découvertes.

Des solutions innovantes pour le secteur : plusieurs entreprises ont présenté leurs services et outils, offrant aux bijoutiers des leviers concrets pour optimiser leur activité : digitalisation, innovation, expérience client, gestion des stocks etc. Chaque présentation a ouvert des perspectives passionnantes pour l'avenir du secteur !

Un moment de partage et de networking : Au-delà des interventions, cette matinale a permis aux professionnels d'échanger sur leurs défis et conseils dans une ambiance conviviale.

Cette matinale s'inscrit dans une stratégie de développement territorial visant à renforcer la proximité avec les adhérents, accroître l'attractivité de l'organisation et démontrer concrètement sa capacité à accompagner les transformations du secteur de la bijouterie-horlogerie.

Organisé au sein du siège du groupe APICIL, cet événement avait pour objectif de réunir les professionnels de la filière autour d'un contenu à forte valeur ajoutée, tout en favorisant les échanges directs et la création d'opportunités économiques.



Matinale réunion Club UBH
18 mai 2025 - We Are, Paris

Matinale (réunion Club) du 18 mai 2025 chez We Are (Paris)

Les nouvelles stratégies pour faire revenir les clients en magasin : de l'expérience client au Drive-to-Store

Le Club de l'UBH s'est réuni chez We Are, au cœur de Paris, pour une rencontre consacrée à l'un des enjeux majeurs du commerce de détail : recréer du trafic en magasin dans un environnement où les parcours d'achat sont de plus en plus hybrides. Une 40ne d'adhérents ont assisté à cette Matinale.

À cette occasion, les participants ont bénéficié des éclairages croisés de Pierre-François Le Louët, Président du cabinet de Tendances Nelly Rodi et de Estelle Decré Ravez de Critéo, qui ont partagé leurs analyses sur les nouvelles attentes des consommateurs et les leviers permettant de transformer les interactions digitales en visites physiques.

Les échanges ont mis en évidence l'évolution profonde des comportements d'achat et la nécessité, pour les commerçants, de proposer des expériences toujours plus fluides, personnalisées et cohérentes entre les univers en ligne et en magasin. Les intervenants ont souligné que la différenciation ne repose plus uniquement sur l'offre produit, mais également sur la qualité de l'expérience client et la capacité à créer une relation durable avec le consommateur.



Matinale UBH AURA

17 février 2025 - Tour APICIL, Lyon



Le Club

Une attention particulière a été portée aux dispositifs de Drive-to-Store et de retargeting, proposés par Critéo, désormais devenus des outils incontournables pour attirer les clients vers les points de vente. Les experts de Critéo ont présenté les dernières tendances et méthodes permettant d'identifier les intentions d'achat, de mieux cibler les consommateurs et d'optimiser les campagnes digitales afin de générer des visites en boutique.

De son côté, Pierre-François Le Louët a partagé sa vision des nouvelles attentes des consommateurs ainsi que les leviers à activer pour réenchanter l'expérience en magasin. Il a notamment insisté sur l'importance de l'émotion, de la personnalisation et de la création de moments mémorables pour renforcer l'attachement à l'enseigne et favoriser le retour des clients.

Cette rencontre a également été l'occasion pour les adhérents d'échanger entre pairs, de confronter leurs expériences et d'identifier des pistes d'action concrètes pour développer la fréquentation de leurs points de vente dans un contexte de mutation accélérée du commerce.

Le Club de l'UBH confirme ainsi sa vocation : offrir aux professionnels de la bijouterie-horlogerie des espaces privilégiés de réflexion, d'inspiration et de partage autour des grandes transformations qui impactent leur activité



Les Podcasts

Fin 2025, l'UBH a lancé « Facettes », le podcast de l'UBH dédié à la gestion de stocks et de trésorerie, conçu pour donner la parole aux professionnels de la bijouterie-horlogerie et partager des solutions concrètes aux enjeux du métier. L'ambition est de créer un espace d'échange, de transmission d'expertise et de valorisation des bonnes pratiques du secteur.

Le premier épisode s'est intéressé à un sujet stratégique pour les détaillants : la gestion des stocks et de la trésorerie, deux leviers essentiels de rentabilité pour les bijoutiers-horlogers indépendants. À travers des témoignages d'experts et d'acteurs de terrain, le podcast apporte des conseils opérationnels directement applicables dans les entreprises. Sont intervenus, Pierre Burnet, comptable de formation et ancien bijoutier, Elodie Verspieren, de la Bijouterie Daras et la société Metreecs, éditeur de solutions d'optimisation des stocks et de trésorerie.

Avec cette série, l'UBH renforce son rôle d'accompagnement des professionnels en proposant un format moderne, accessible et pédagogique, complémentaire à ses actions de formation, d'information et de représentation de la profession.



Premier Podcast de l'UBH

Les Prix de l'UBH

Les Prix de l'UBH sont désormais institutionnalisés au sein du syndicat et visent à récompenser des bijoutiers et membres du club de l'UBH pour leurs innovations au sein de leur magasin/entreprise.

En 2025, les gagnants étaient :

Prix de l'innovation Digitale

Franck LELOUP, Bijouterie Leloup du collège COMMERCE ASSOCIÉ pour son dispositif de déploiement d'écrans publicitaires pilotables à distance en temps réel.

Charles-Alexandre LEMAN, Eternallstories en tant que MEMBRE CLUB pour son passeport émotionnel numérique, véritable capsule de souvenirs joailliers.

Prix de l'innovation Expérience Client

Denis DOTTER, Franc'Or Sarl du collège COMMERCE ASSOCIÉ – JOAILLIERS ORFÈVRES pour la refonte complète de sa stratégie client avec l'ouverture d'une nouvelle boutique pour une nouvelle cible et une remise à neuf de la boutique déjà existante.

Virginie BOUCHARD, BOUCHARD ART CONCEPT du collège INDÉPENDANT pour le développement de leurs compétences et champ d'actions en incluant la modélisation 3D dans leur processus de création sur mesure.

Prix de l'innovation Métier

Samuel PASQUIER & Loïc ALIF, L'association l'Horlogerie des Ducs du collège COMMERCE ASSOCIÉ (Les 2 Barbeaux) pour leurs formations horlogères d'excellence visant à répondre à la demande en main-d'oeuvre prestigieuse.

Prix de la RSE APICIL

Eric CHEMINADE, Bijouterie Cheminade du collège COMMERCE ASSOCIÉ pour ses écrans ensemencés à planter.

Prix de la Montre Française

Samuel PASQUIER & Loïc ALIF, AXIOM du collège COMMERCE ASSOCIÉ pour sa collection de montres made in France intégrant un fragment issu de véhicules militaires de la Seconde Guerre mondiale.

Prix Coup de Cœur

Nissane Halal d'April HOROLOGY pour leur montre Equus, célébrant l'évasion et l'élan vital du cheval au galop.

Prix spécial 2025 du jury

Sébastien NALDO de la Maison Horlogère LIP pour son mécanisme de précision dit mouvement R26 appliqué à la nouvelle collection Mouvement LIP R26



Les Prix de l'UBH 2025

Le projet Bijouterie x Boulangerie

À la suite d'une première intervention de NellyRodi auprès de l'UBH sur les nouvelles tendances de désirabilité des marques de bijouterie-horlogerie et leurs impacts sur le retail, l'UBH a souhaité approfondir une réflexion originale autour des convergences possibles entre la bijouterie et la boulangerie artisanale.

Cette réflexion part d'un constat de fond : les consommateurs recherchent aujourd'hui davantage d'émotions, d'expériences, de sens et de moments de plaisir dans leur quotidien. Les univers de la bijouterie et de la boulangerie partagent plusieurs ressorts communs : le rituel, la célébration, le plaisir sensoriel, le petit luxe accessible et l'esthétisation du quotidien.

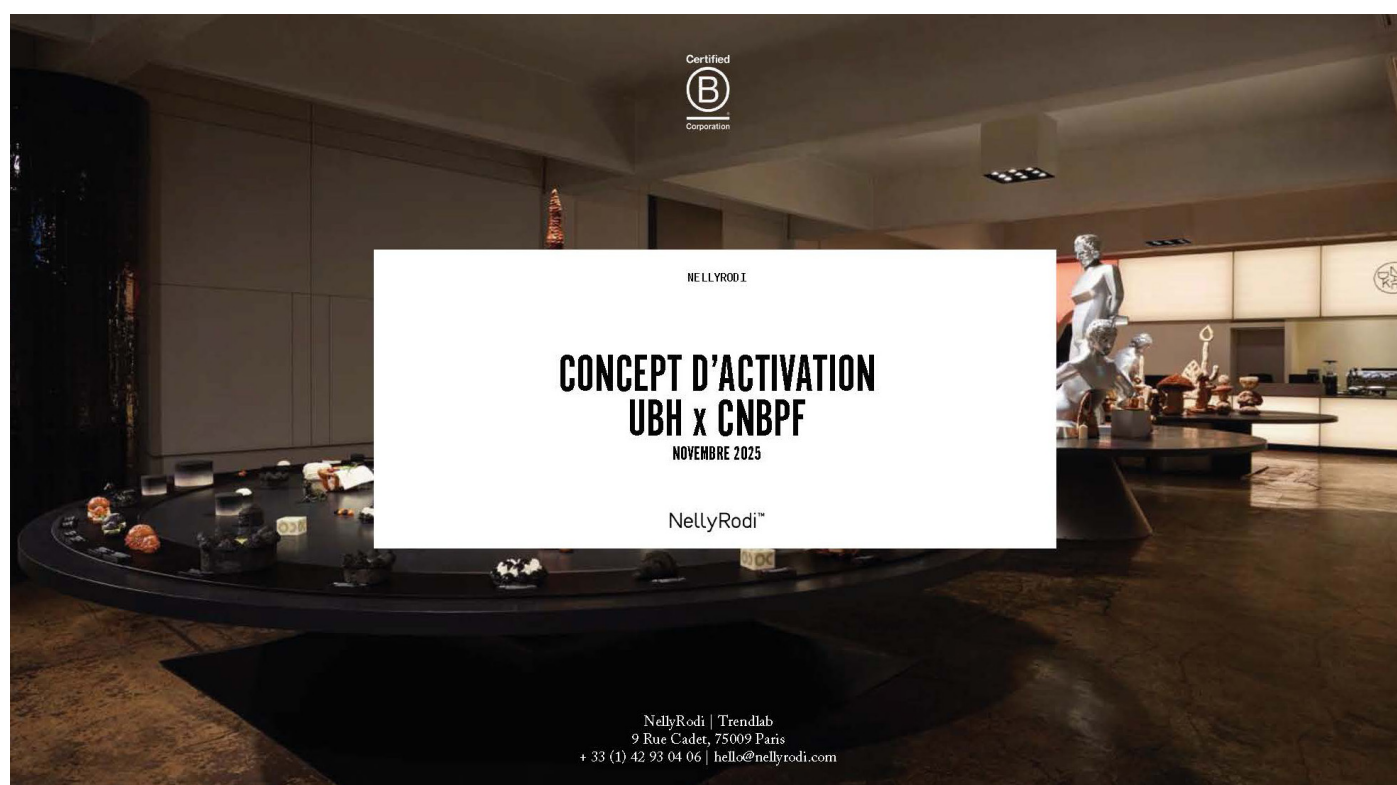
Dans ce contexte, l'ambition est d'imaginer un concept inédit capable de rapprocher ces deux univers afin de créer de nouveaux moments de consommation, renforcer la désirabilité des marques et générer des activations commerciales, événementielles et médiatiques à fort impact.

L'étude proposée par NellyRodi a donc pour objectif de définir une vision stratégique, un concept créatif fédérateur et un cadre opérationnel permettant de tester cette fusion de marques à Paris avant un éventuel déploiement plus large.

NellyRodi propose à l'UBH un accompagnement stratégique visant à explorer et concrétiser les synergies entre la bijouterie-horlogerie et la boulangerie artisanale autour des notions de plaisir, de rituel, d'expérience et de réenchantement du quotidien. Le projet part du constat que les consommateurs, notamment les jeunes générations, recherchent davantage d'émotion, d'expérience et d'esthétisation dans leurs achats.

L'objectif est de faire émerger un concept innovant et différenciant associant les deux univers, pouvant donner naissance à des activations commerciales, événementielles et retail. La démarche se déroule en trois phases : un workshop d'idéation réunissant acteurs de la boulangerie et de la bijouterie, la formalisation d'un concept et de guidelines stratégiques et créatives, puis la transmission à une agence chargée du déploiement opérationnel.

Le projet s'appuie sur plusieurs leviers émotionnels communs aux deux secteurs : l'esthétisation du quotidien, le plaisir sensoriel immédiat, les rituels de célébration et le « petit luxe » accessible. Il vise notamment à créer de nouveaux moments de consommation et à renforcer la désirabilité des marques participantes.



Les travaux dans les instances dans lesquelles siège l'UBH

Francéclat

En 2025, l'UBH a participé à de nombreuses réunions de Francéclat à travers les différentes commissions et groupes de travail :

Commission Marchés et Études Économiques (Présidée par Marianne Romestain – DG du Pôle joaillerie horlogerie des Galeries Lafayette)

Thématiques traitées :

- Conjoncture de la bijouterie-horlogerie
- Évolution des ventes et des circuits de distribution
- Comportements des consommateurs
- Baromètres économiques
- Études prospectives
- Observatoire des marchés français et internationaux

Commission Distribution et Commerce

Thématiques traitées :

- Évolution du commerce spécialisé
- Omnicanalité et digitalisation
- Parc de magasins
- Franchise et réseaux
- Attractivité des points de vente
- Expérience client

Groupe de travail d'accompagnement stratégique des détaillants.

Commission RSE et Développement Durable

Depuis plusieurs années, Francéclat a fortement renforcé ses actions RSE.

Thématiques traitées :

- Devoir de vigilance
- Or responsable
- Traçabilité des approvisionnements
- Empreinte carbone
- Économie circulaire
- Reporting extra-financier
- Outils RSE pour les PME
- Cycle de vie des produits (animé par Sandra Beauchet)

Commission Communication et Promotion Collective

Thématiques traitées :

- Valorisation de la filière française
- Campagnes collectives
- Relations presse
- Attractivité des métiers
- Promotion de la bijouterie et de l'horlogerie françaises

Groupe de travail Formation – Emploi – Métiers

Thématiques traitées :

- Attractivité des métiers
- Formation initiale
- Apprentissage
- Transmission des savoir-faire
- Recrutement

Francéclat Data

Plateforme collaborative créée par Francéclat pour fournir aux professionnels de l'horlogerie, de la bijouterie et de la joaillerie une vision fiable et partagée du marché français. Son objectif est de permettre aux fabricants et détaillants de mieux piloter leur activité grâce à des données consolidées sur les ventes, les tendances de marché et les caractéristiques des produits.

Concrètement, la plateforme vise à :

- Suivre l'évolution du marché en temps quasi réel.
- Produire des indicateurs sectoriels de référence.
- Créer une nomenclature commune des produits pour toute la filière.
- Faciliter le partage sécurisé de données entre acteurs.
- Aider les entreprises à prendre de meilleures décisions commerciales, marketing et stratégiques.

Pour la filière, l'ambition est de disposer d'un véritable «observatoire économique collectif», comparable à ce qui existe dans d'autres secteurs structurés, afin de renforcer la compétitivité des entreprises et leur capacité à anticiper les évolutions du marché.

Le Conseil National du Commerce

L'UBH est membre du Conseil national du commerce (CNC) depuis sa création en 2023. Le CNC est devenu en 2025-2026 une instance de plus en plus influente dans la construction des politiques publiques du commerce. Ses travaux ont principalement porté sur la transition environnementale, la simplification réglementaire, les compétences et métiers du commerce, ainsi que la compétitivité des commerces physiques face aux mutations du marché.

Les travaux au sein du CNC en 2025-2026 :

- Le commerce circulaire : le chantier majeur de 2026
- L'application des lois AGEC et Climat-Résilience
- La décarbonation du commerce
- L'emploi, les compétences et l'attractivité des métiers
- La simplification administrative (loyers et relations entre preneur et teneur)
- Le commerce physique et les territoires
- Création d'une commission sécurité (fin 2026)

L'UBH était également présente à la réunion plénière du CNC du 2 avril 2025 consacrée à l'Intelligence artificielle dans le commerce.

Ouverte par la ministre du Commerce Véronique Louwagie, celle-ci a rappelé que l'IA était un enjeu majeur pour l'ensemble des commerces quelques soient leur taille ou leur format. Pour cela, l'Etat est pleinement mobilisé pour accompagner ce virage stratégique. Il a d'ailleurs mandaté les Chambres de Commerce et d'industrie pour mener une campagne de sensibilisation auprès de 20 000 TPE/PME et pour les accompagner dans le déploiement des outils IA.

La feuille de route 2026 du CNC marque une évolution importante : le commerce n'est plus seulement considéré comme un secteur économique mais comme un acteur de la transition écologique et territoriale. Les futures politiques publiques (aides, fiscalité, réglementation, formation) devraient être de plus en plus orientées vers la circularité, la réparation et l'allongement de la durée de vie des produits. Pour la bijouterie-horlogerie, cela ouvre un espace de positionnement particulièrement favorable, car le secteur est naturellement aligné avec ces principes depuis longtemps.

Le Conseil du Commerce de France

Les travaux de l'UBH au sein du CDCF se sont effectués dans plusieurs commissions traitant des sujets suivants :

- Les affaires sociales
- La concurrence des plateformes asiatiques (bijoux, montres, accessoires);
- La lutte contre les contrefaçons;
- Les enjeux REP et environnementaux;
- La sécurité des commerces;
- La revitalisation des centres-villes;
- La défense des TPE-PME du commerce spécialisé;
- La simplification administrative et réglementaire.
- La fiscalité des entreprises avec la revue des différentes mesures du PLF 2026 qui allaient impacter les entreprises du commerce.

La CPME

Au sein de la CPME, l'UBH est membre du Conseil d'Administration et est très active dans les commissions sociales et commerce où de très nombreux travaux ont été effectués en 2025 faisant ressortir 7 grands sujets de la Commission Commerce CPME en 2025 :

- Revitalisation des centres-villes et centres-bourgs
- Impact du e-commerce et évolution des comportements d'achat
- Intelligence artificielle appliquée au commerce (relai guide de France Num)
- Baux commerciaux et coût de l'immobilier commercial
- Simplification administrative et réglementaire
- Facturation électronique et transformation numérique
- Concurrence et équité entre acteurs du commerce

Et 8 grand sujets sociaux :

- L'emploi des seniors et les fins de carrière
- L'apprentissage et l'alternance
- Les difficultés de recrutement
- Le coût du travail et les charges sociales
- La santé au travail et l'absentéisme
- La formation et la transmission des compétences
- L'évolution du dialogue social dans les PME
- Les retraites et les carrières longues



Le MEDEF :

L'UBH siège historiquement au MEDEF via son adhésion au CDCF et participe à de nombreux travaux venant compléter ceux effectués dans les autres instances. L'UBH est membre des commissions sociale et commerce et participe à de nombreux événements organisés par le MEDEF.

Commission Sociale :

- Emploi des seniors et transmission des savoir-faire
- Apprentissage et attractivité des métiers
- Formation aux compétences de demain
- Coût du travail et allègements de charges
- Santé au travail et absentéisme

Commission Commerce :

- Concurrence des plateformes internationales ;
- IA et personnalisation de la relation client ;
- Évolution des comportements de consommation ;
- Réglementation européenne sur le numérique ;
- Traçabilité, durabilité et information du consommateur ;
- Commerce international et impact des droits de douane sur les matières précieuses et l'horlogerie.

Communication de l'UBH

L'information aux adhérents :

112 Newsletters et informations ont été envoyées à nos adhérents pendant l'année 2025, démontrant la proactivité de l'UBH sur l'ensemble des sujets qui impactent le métier.

Participation aux salons de la profession :

**Salon HBJO Rennes – Château des Pères
16 & 17 mars 2025**

Contexte et objectifs de la présence UBH

Dans le cadre de sa stratégie de proximité et de développement, l'UBH a participé au salon professionnel HBJO organisé par son partenaire Fashion Paris J&W (Frédéric Bleu)

Objectifs principaux :

- Aller à la rencontre des adhérents en région
- Renforcer la visibilité et la compréhension du rôle de l'UBH
- Identifier de nouveaux prospects
- Recueillir des informations terrain sur les enjeux du secteur

L'événement a réuni un écosystème complet de la filière HBJO :

- Fournisseurs (bijouterie, joaillerie, matières premières, pierres, outillage)
- Ateliers, fondeurs, chaînistes
- Prestataires de services (packaging, PLV, conseil)
- Détaillants indépendants

L'UBH a pu échanger de manière qualitative avec un grand nombre de professionnels dans un cadre propice au dialogue.

Les Salons de la rentrée Bijorhca et Les Journées d'Achats

L'UBH était présente aux salons de la rentrée à Paris ainsi qu'aux éditions de Precious Room by Muriel Piaser.

Les partenariats avec les salons étrangers (Inhorgenta, Vicenza Oro, Oro Arezzo) sont très actifs.

Une équipe à votre écoute

**L'UBH, c'est une équipe de permanents à votre écoute,
au fait de l'actualité et qui sait appréhender les évolutions du secteur**

Sandrine MARCOT
Présidente Déléguée

Pierre-Antoine HAGERMAN
Responsable des affaires juridiques et économiques

Judith DONNEDIEU
Directrice des Affaires Sociales

La Vie MBIKULU
Responsable de la Relation Adhérents et de la gestion des cotisations

Clémence BAUDONNIERE
Responsable Communication

Stéphanie URLI
Responsable Formation UBH Académie

Pascale GILET BERTEL
Rédactrice en Chef

Un grand merci pour votre confiance.



www.u-b-h.com
01 44 07 03 68
contact@u-b-h.com
[@ubh_france](https://www.instagram.com/ubh_france)