

Entreprise le Club Entrepreneurs Challenges - Montefiore Investment



Mahina Productions

“Le Comptoir National de l’Or a augmenté ses transactions de 30%”

Laurent Schwartz, diplômé de l’Edhec Business School, a fondé en 2009 ce réseau spécialisé dans le négoce de métaux précieux et de bijoux. Il lance une carte de paiement adossée à de l’or physique.

Challenges. Pourquoi se lancer dans le négoce de métaux précieux ?

Laurent Schwartz. Parce que c'est un marché que je connais bien. Ma mère était commerçante en joaillerie et mon père a créé en 1976 le Comptoir de l'Or à Strasbourg. J'ai commencé par lancer le site Internet Gold.fr en 2007 avant d'ouvrir avec mon frère, Olivier Schwartz, notre première agence Le Comptoir National de l'Or en 2009, à Toulouse.

Quelle était l'activité de Gold.fr ?

Nous vendions des bijoux neufs et d'occasion et nous publions une galerie de petites annonces. Mais le

La vidéo sur Challenges.fr



Propos recueillis par Laure Croiset

marché des transactions sur l'or commençait à frétiller. Nous avons donc recentré notre activité sur la vente et le rachat du métal jaune via un réseau physique.

Comment cela se passe concrètement ?

Nous réalisons nos transactions en agence. Il suffit d'amener sa boîte à bijoux et nous effectuons différents tests : contrôles visuels, reconnaissance au toucher, étude de la pureté de l'or... En fonction de cette évaluation, nous proposons un prix de rachat. Sachant qu'un lingot vaut aujourd'hui 120 000 euros, tous nos clients repartent avec une surprise

qu'ils n'avaient pas anticipée : le panier moyen s'établit entre 5 000 et 10 000 euros.

Qui sont les clients qui se rendent dans vos agences ?

Parmi ceux qui souhaitent vendre des bijoux, les deux tiers sont des femmes de plus de 50 ans, mais il y a aussi des investisseurs, majoritairement des hommes entre 45 et 50 ans, et des héritiers.

De quel réseau bénéficiiez-vous ?

Nous disposons d'une centaine d'agences en France et en Allemagne, dont un tiers en propre. Nous sommes dans toutes les grandes villes de l'Hexagone et celles de plus de 50 000 habitants.

Quel est votre rythme d'ouverture ?

Nous en prévoyons dix par an, dont la Guadeloupe avant la fin de l'année. Et nous allons étendre notre présence européenne.

Avez-vous un axe de différenciation ?

Nous avons une relation particulière avec nos clients, à qui nous offrons de nombreux services, comme le stockage de métaux précieux. Nous lançons également un compte de paiement et une carte Visa adossée à de l'or physique. Ce qui permet à tout investisseur de payer en grammes d'or.

La flambée du cours de l'or vous impacte-t-elle ?

C'est une opportunité pour nos clients de vendre ce qu'ils détiennent à un prix extrêmement élevé. Et cela démocratise notre activité. En agence, nous avons réalisé en un an une croissance de nos transactions de 30%.

Quelle est votre position sur le marché ?

Nous sommes le leader français du négoce des métaux précieux et des bijoux d'occasion.

Etes-vous rentable ?

Oui, depuis le premier jour et sans jamais avoir levé de fonds. En 2024, notre chiffre d'affaires s'élevait à 300 millions d'euros.

Comment vous projetez-vous dans cinq ans ?

Nous voulons devenir le leader européen du marché, avec 150 agences.

UN PARTENARIAT

 Montefiore
INVESTMENT