



Il mercato italiano degli orologi da polso

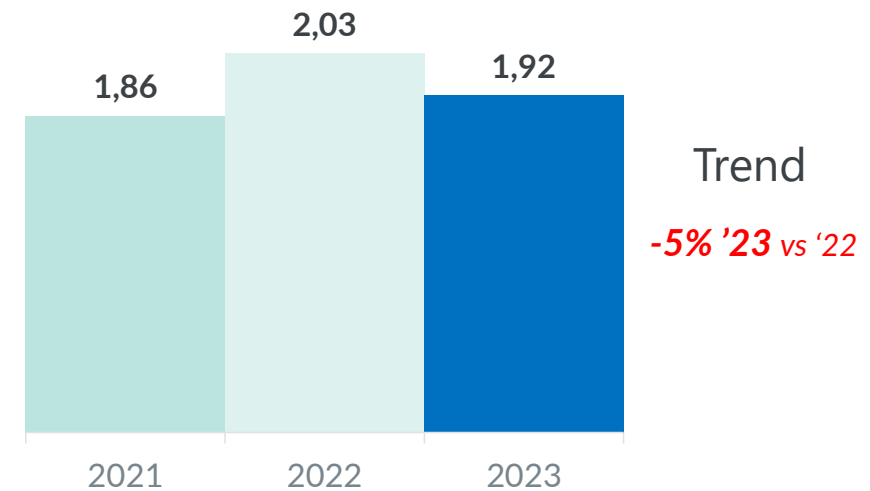
*Sintesi dell'Indagine “Consumer Orologi 2023”
realizzata da GfK Italia per ASSOROLOGI*

Milano, 21 marzo 2024

Totale Fatturato orologi da polso in Italia



Valore in Miliardi di euro 2021-2023



Elaborazione GfK su:

- Indagine annuale su Panel Consumatori GfK
- GfK Retail Panel Point of Sales Tracking
- Fédération de l'industrie horlogère suisse FH
- Altre fonti

METODOLOGIA

La rilevazione è stata effettuata nel corso del mese di **Gennaio 2024** per mezzo di un questionario somministrato all'interno del campione **Consumer Panel** di GfK.

Le domande si riferivano agli **acquisti di orologi da polso effettuati dagli individui nel corso dell'anno 2023** e le interviste sono state condotte a livello individuale.

I dati di seguito riportati sono, quindi, risultato delle dichiarazioni degli intervistati.

Il Panel, consente di estrarre campioni rappresentativi dell'universo della popolazione Italiana



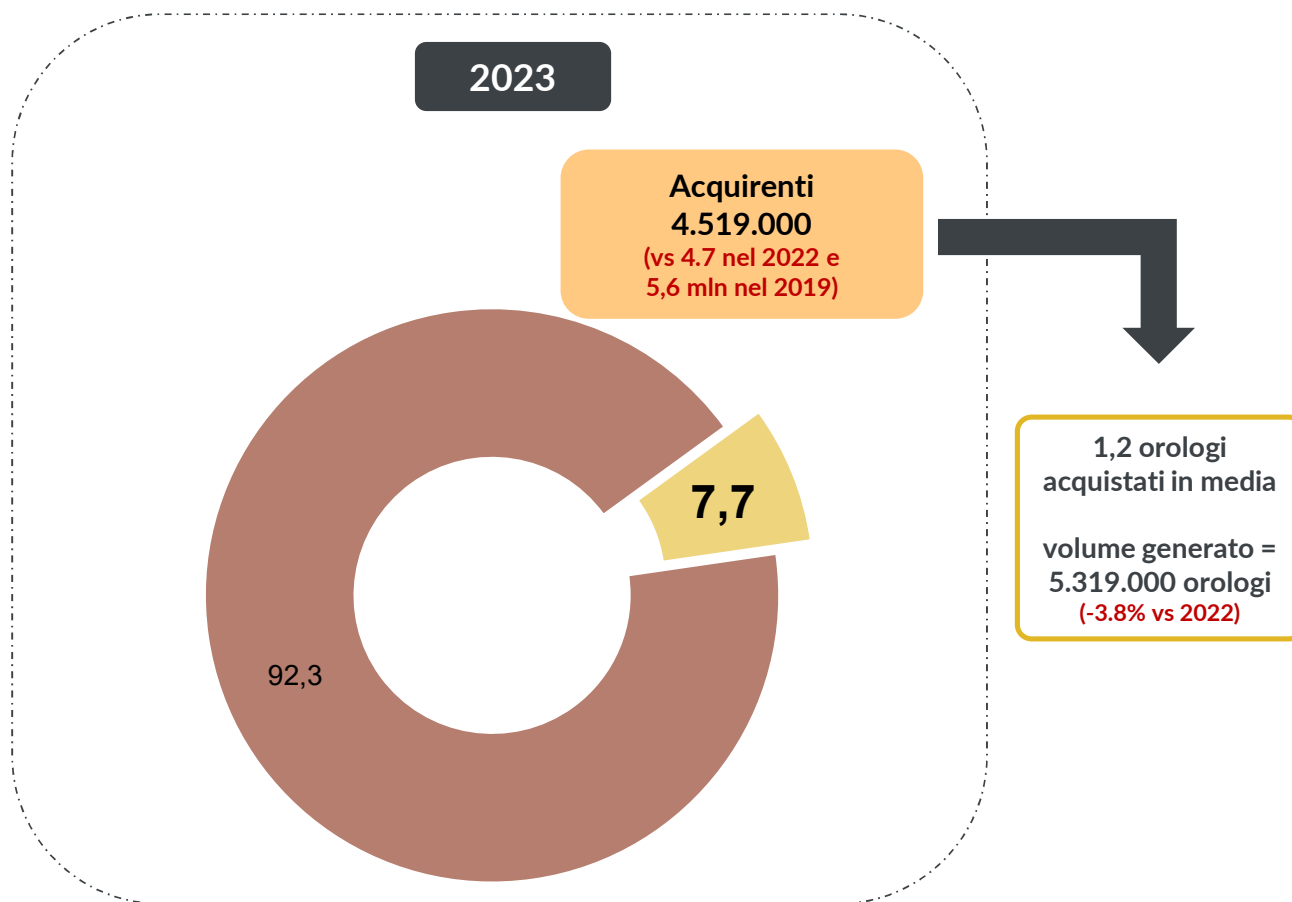
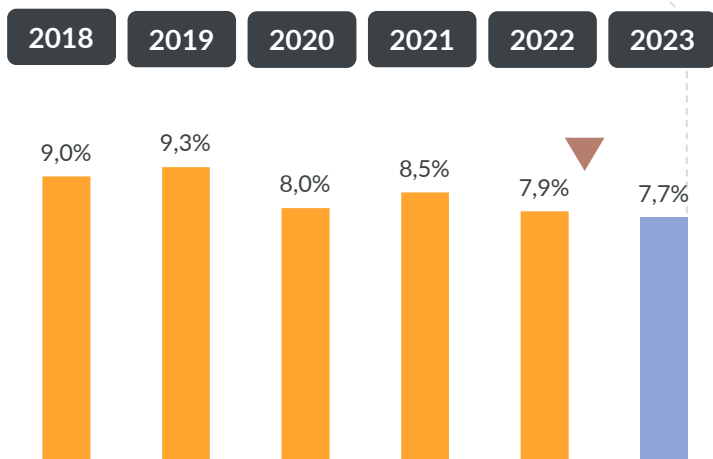
gli Acquisti di Orologi in Italia - indagine annuale su Panel Consumatori GfK - anno 2023



la Penetrazione degli Acquirenti - ANNO 2023

Durante lo scorso anno (nel 2022) ha acquistato uno o più orologi da polso (non Smartwatch) per sé, per altri o come regalo?

Trend % Acquirenti



gli Acquisti di Orologi in Italia - indagine annuale su Panel Consumatori GfK - anno 2023



TOTALE MERCATO: ANNI 2010 - 2023

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
VOLUME (x 1.000)	7,477	7,185	6,987	6,596	6,932	6,734	6,735	6,674	6,484	6,575	5,745	5,874	5,526	5,319
<i>Trend</i>	+3.4%	-4.1%	-2.8%	-5.6%	+5.1%	-2.9%	0,01%	-0.9%	-2.9%	+1,4%	-12.6%	+2.3%	-5.9%	-3.8%
VALORE (Miliardi €)	1.23	1.18	1.14	1.15	1.26	1.41	1.49	1.46	1.37	1.33	1.23	1.29	1.34	1.30
<i>Trend</i>	-1.3%	-3.5%	-3.6%	0.5%	+9.6%	+11,9%	+5,7%	-2.2%	-6.2%	-2.9%	-7.5%	+4,9%	+3,9%	-3.0%
PREZZO MEDIO	€ 164	€ 165	€ 163	€ 174	€ 183	€ 209	€ 223	€ 220	€ 212	€ 203	€ 215	€ 219	€ 247	€ 244
PENETRAZIONE ACQUIRENTI	10.7%	10.5%	10.0%	9.8%	10.1%	9.4%	9.2%	9.3%	9.0%	9.3%	8.0%	8.5%	7.9%	7.7%

i Canali di Acquisto: ONLINE vs OFFLINE

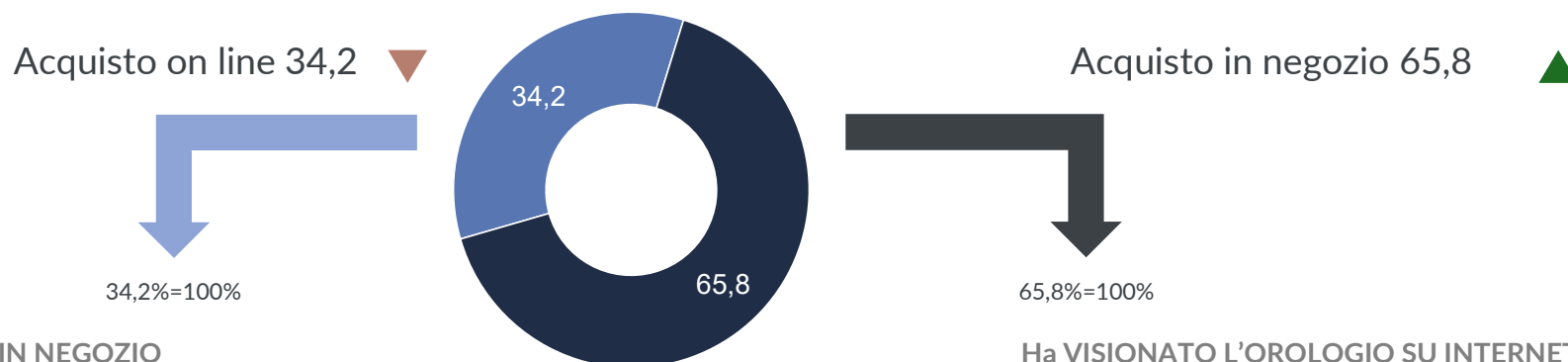


Dove ha acquistato l'orologio? *Online Vs Offline*

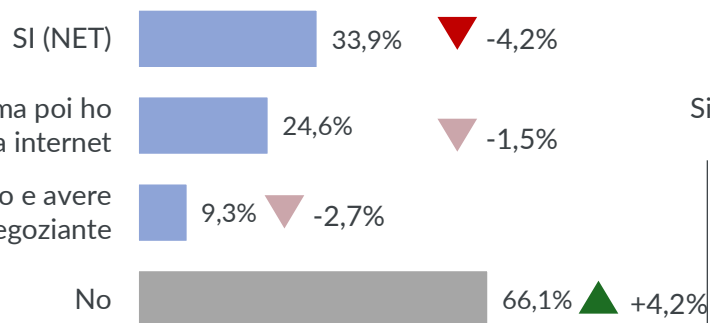
(se Online) Ha visionato l'orologio in un negozio prima di acquistarlo via Internet?

(se Offline) Ha visionato l'orologio su Internet (siti online, recensioni, blog, ...) prima di acquistarlo?

Totale Orologi Acquistati

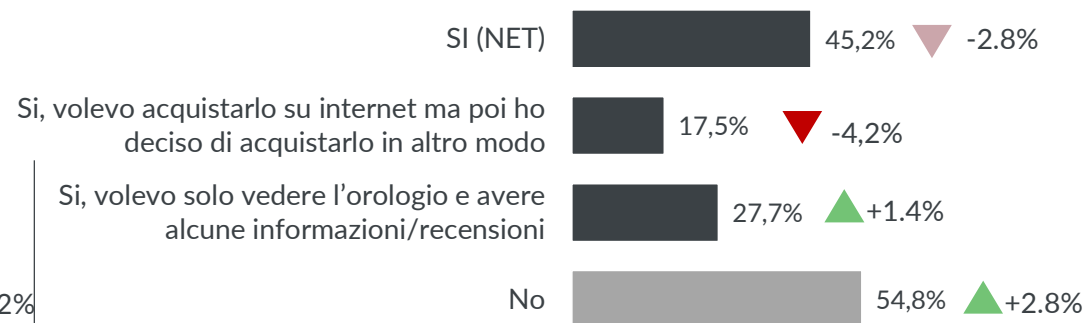


Ha VISIONATO L'OROLOGIO IN NEGOZIO prima di acquistarlo?



Motivazioni Principali:
 promozioni sconti (40%); assenza del prodotto desiderato (22%); comodità spedizione a casa (22%)

Ha VISIONATO L'OROLOGIO SU INTERNET prima di acquistarlo?



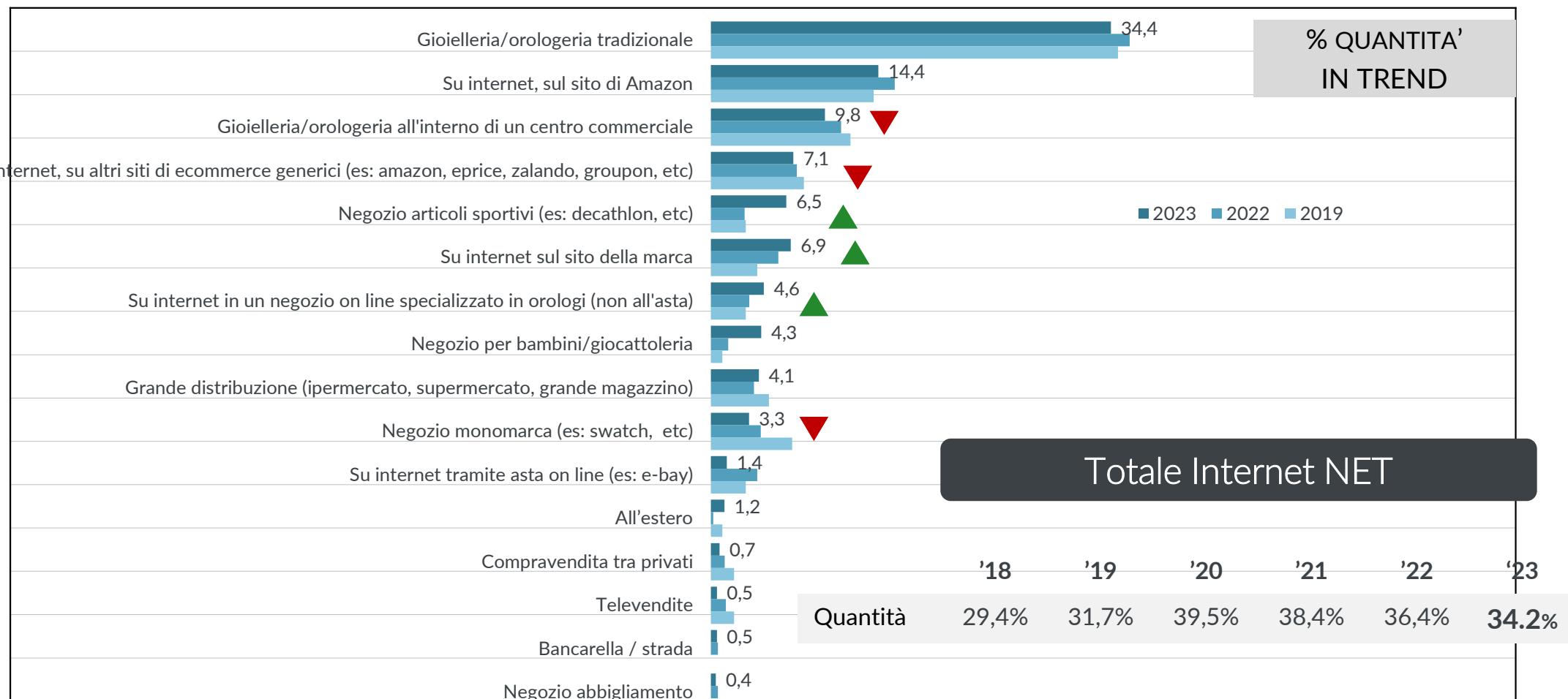
Motivazioni Principali:
 promozioni sconti (41%), possibilità di provare il prodotto (26%)

i Canali di Acquisto in Trend

Trend

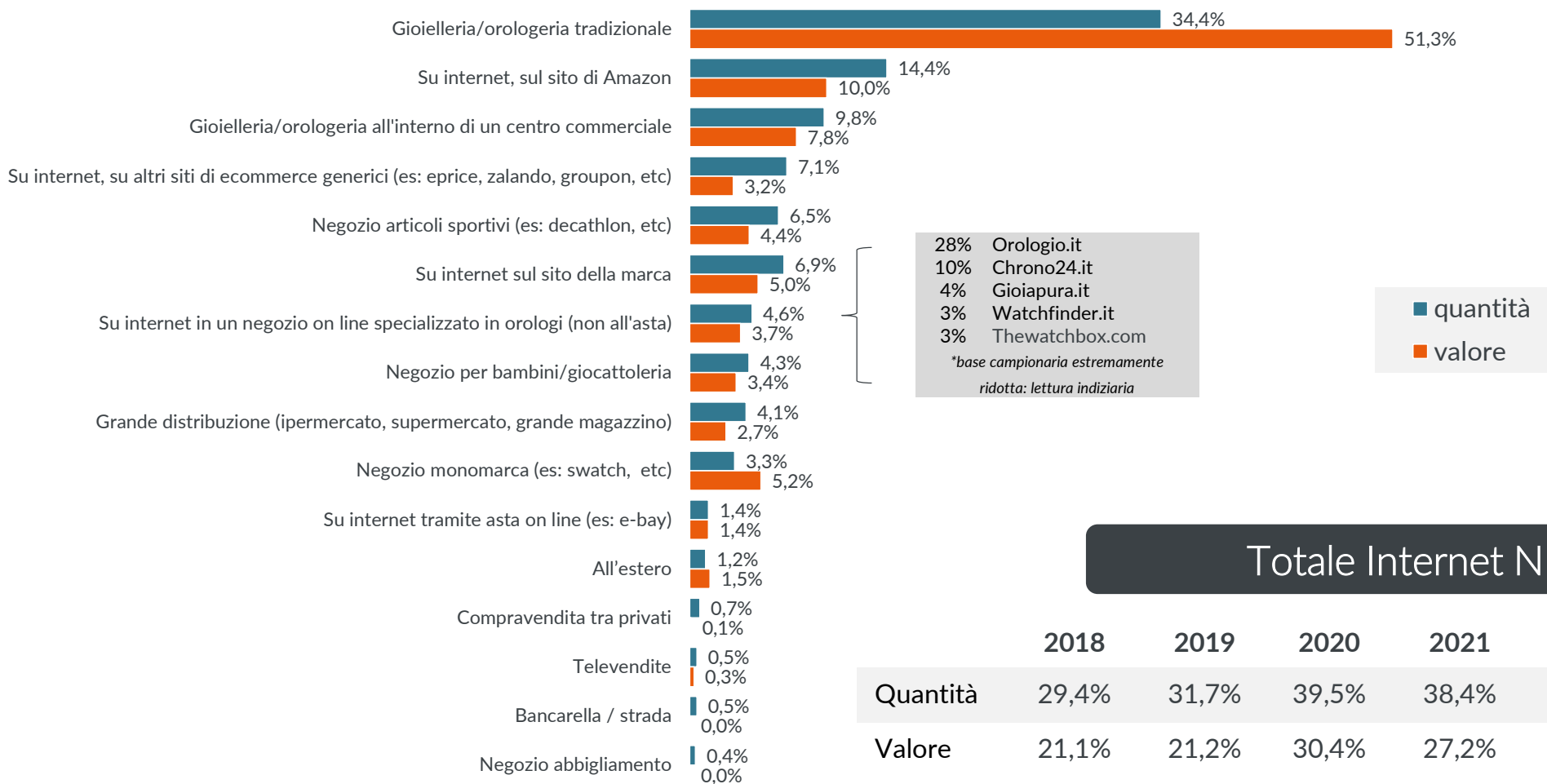


Dove ha acquistato l'orologio?



i Canali di Acquisto

Dove ha acquistato l'orologio?



Totale Internet NET

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Quantità	29,4%	31,7%	39,5%	38,4%	36,4%	34,2%
Valore	21,1%	21,2%	30,4%	27,2%	25,7%	23,3%

PRODOTTO ACQUISTATO: regalo per se stessi o per altri?

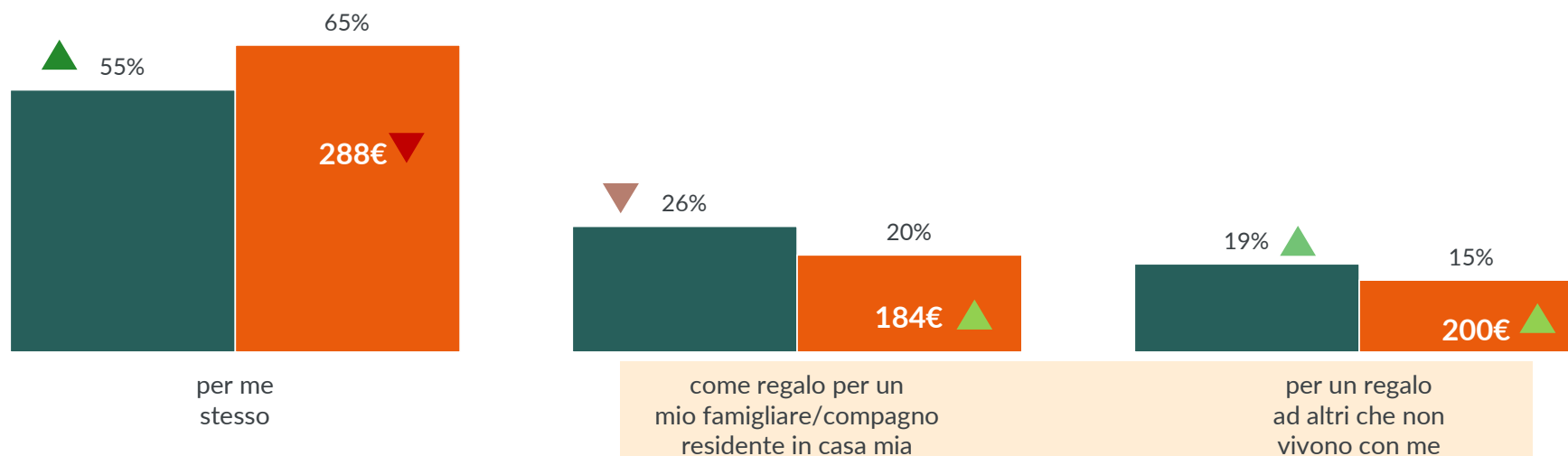


Per chi è stato acquistato l'orologio?

Base = Total Purchased Watches

2023

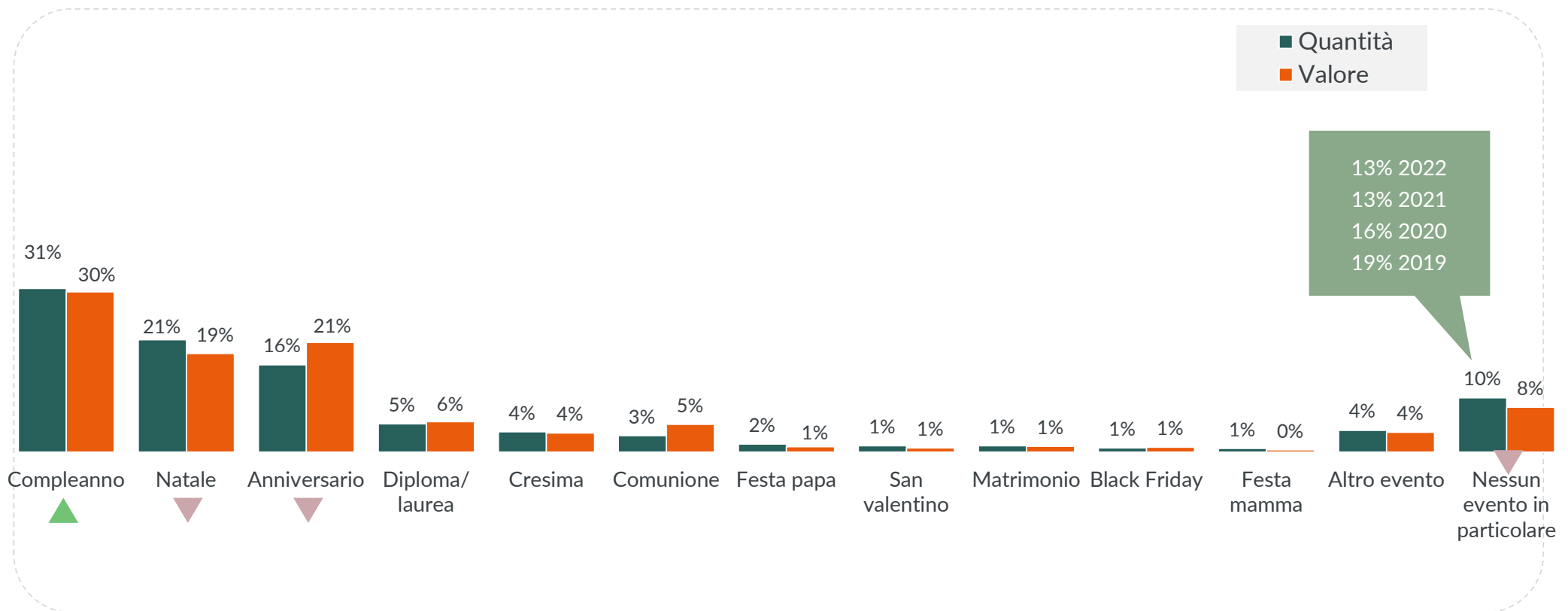
■ Quantità
■ Valore



REGALO, per quale ricorrenza?

Per quale evento/ricorrenza ha acquistato l'orologio?

Base - motivo dell'acquisto: regalo



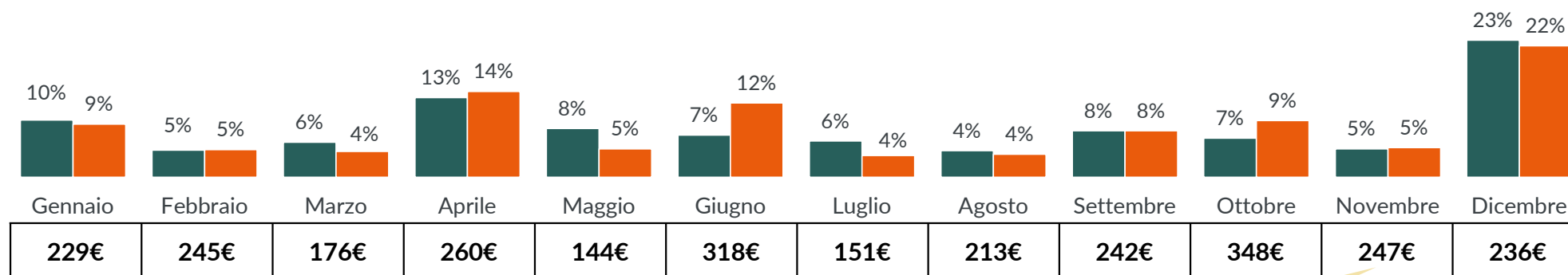
PRODOTTO ACQUISTATO: mese di acquisto



In che mese ha acquistato l'orologio?
Base = Total Purchased Watches

2023

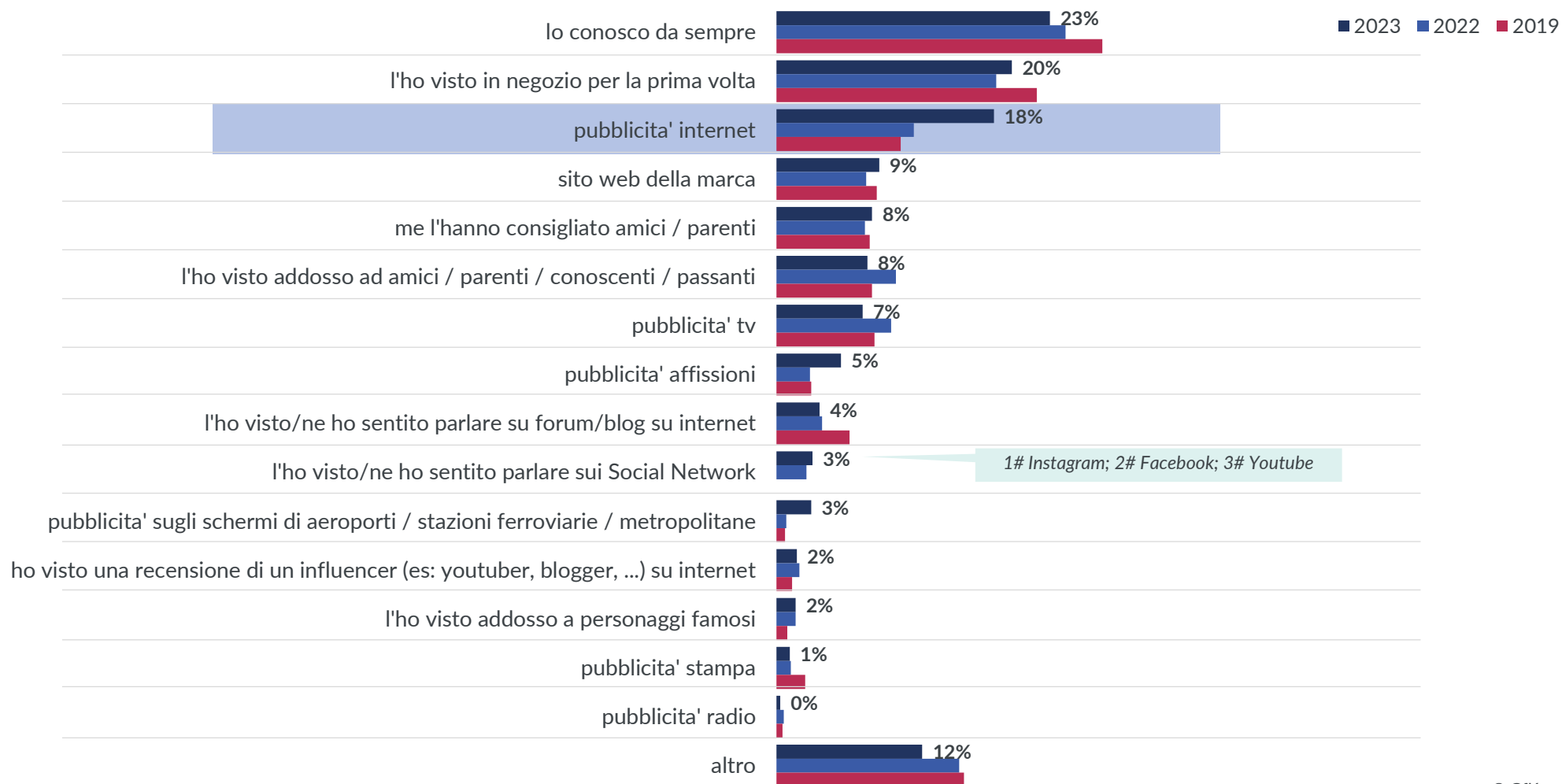
■ Quantità ■ Valore



BFriday non ha alimentato le vendite

Touch Points Informativi (in Trend)

Come è venuto a conoscenza dell'orologio?

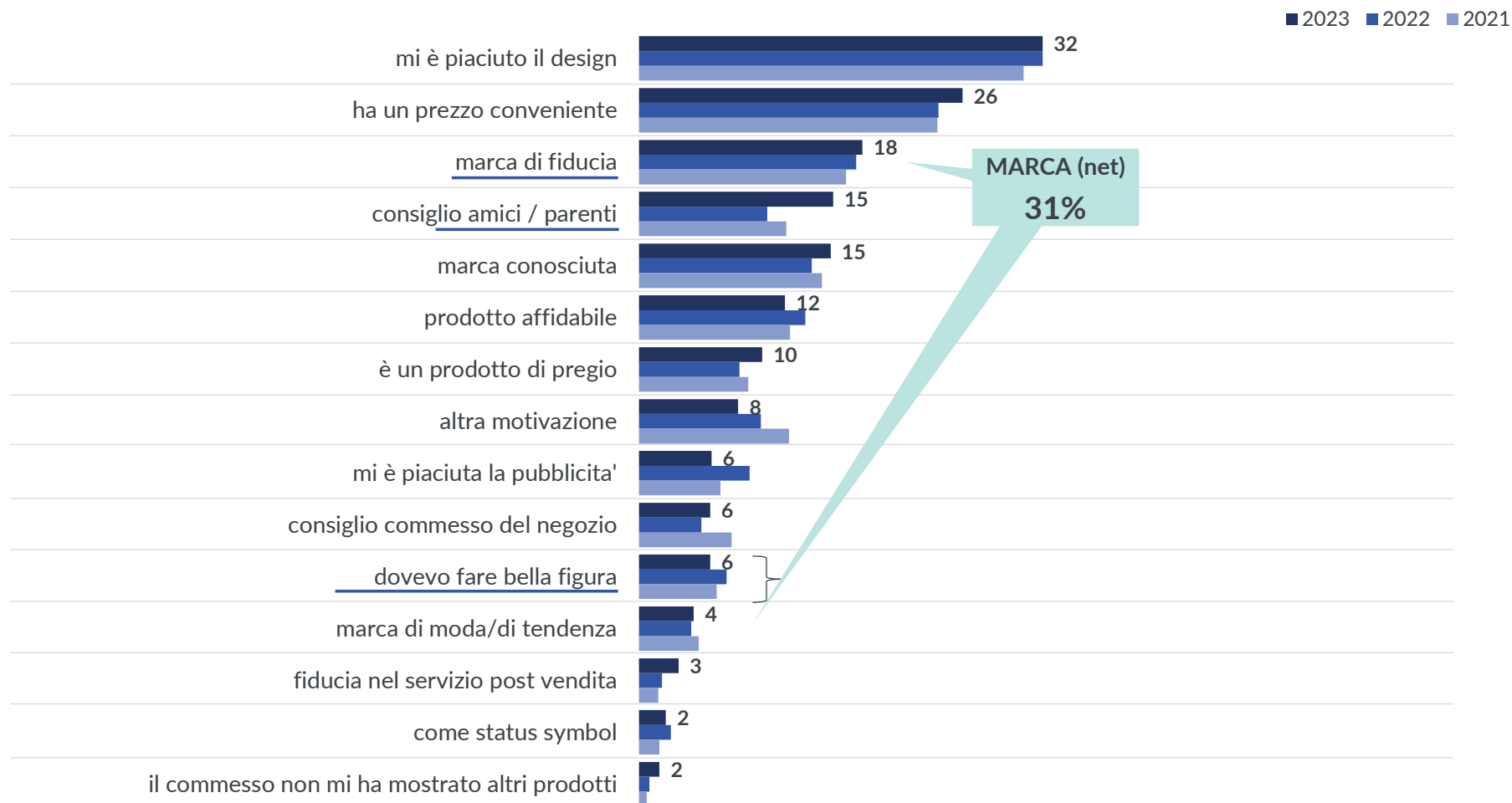


Main Driver di Acquisto

2023	2022	2021	2020
DESIGN 32%	DESIGN 32%	DESIGN BRAND 30%	DESIGN 33%
BRAND 31%	BRAND 29%		BRAND 29%
PRICE 26%	PRICE 24%	PRICE 23%	PRICE 25%

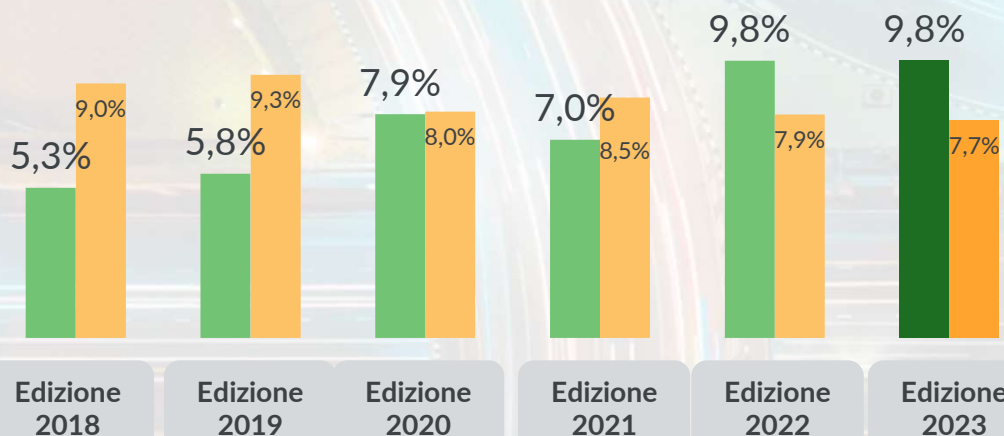
Driver di Acquisto (in Trend)

Perché ha deciso di acquistare l'orologio?



Intenzione acquisto orologio
prossimi 12 mesi

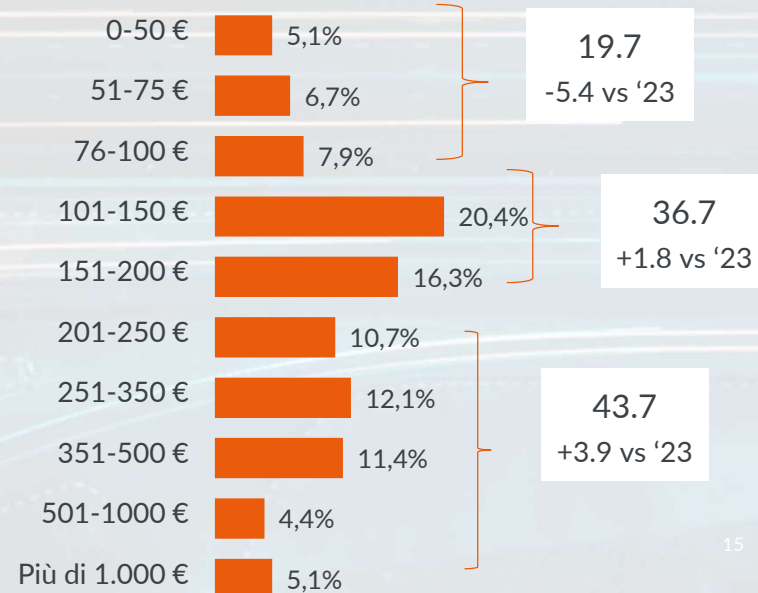
Ha acquistato ultimi 12 mesi



Outlook on 2024

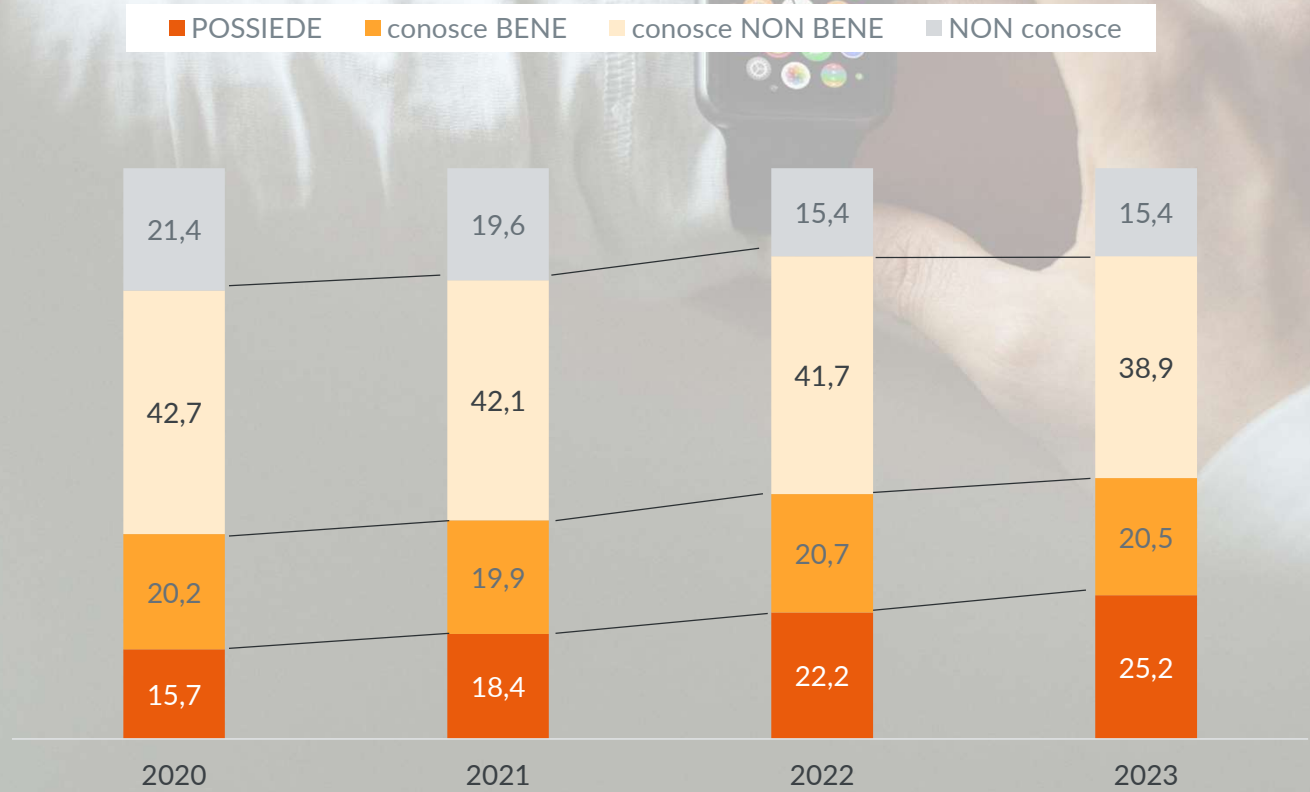
spending range
mediano:
100-200euro

range di spesa futura per orologi



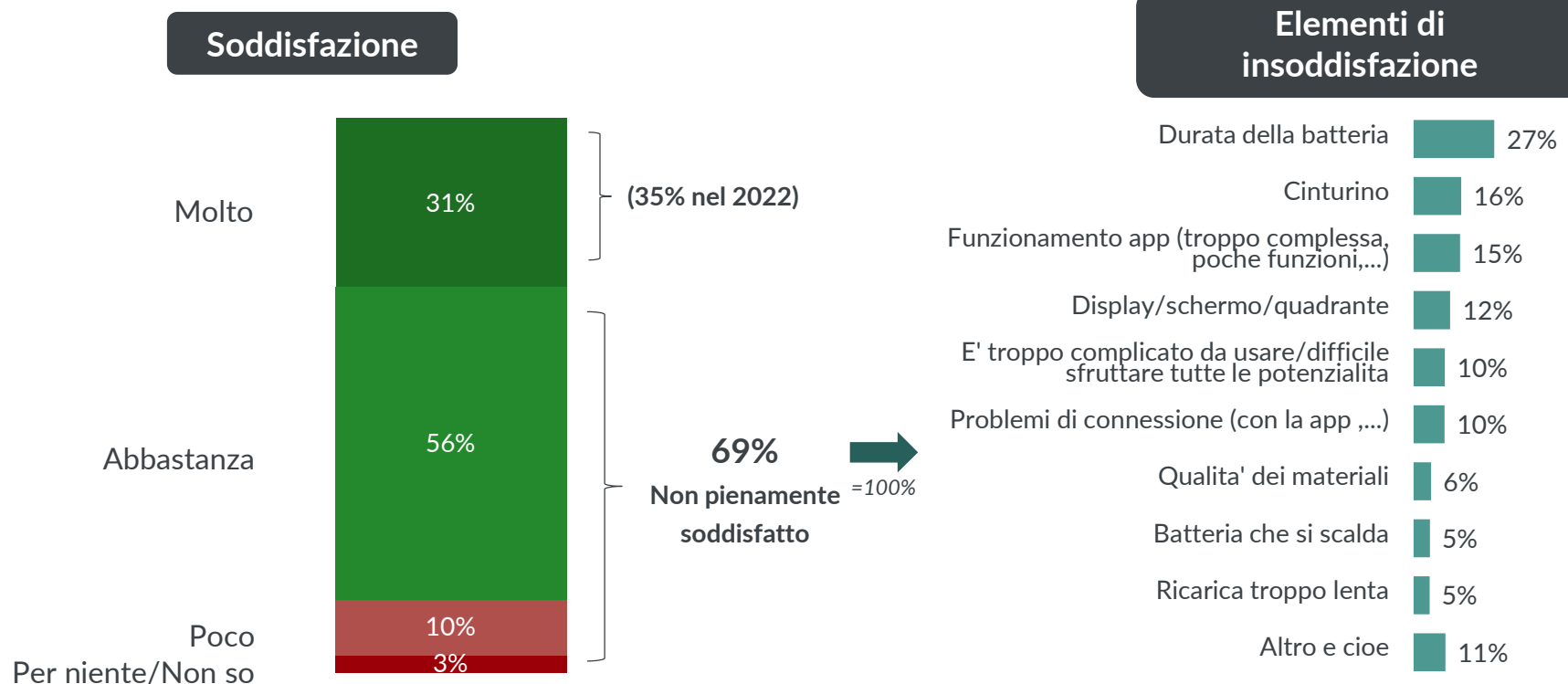
Smartwatch

Conoscenza e possesso: trend



SMARTWATCH

(se possiedono uno Smartwatch) Quanto è soddisfatto complessivamente del suo smartwatch?
(se non pienamente soddisfatto) In particolare cosa non la soddisfa?



SMARTWATCH: i Motivi di Utilizzo

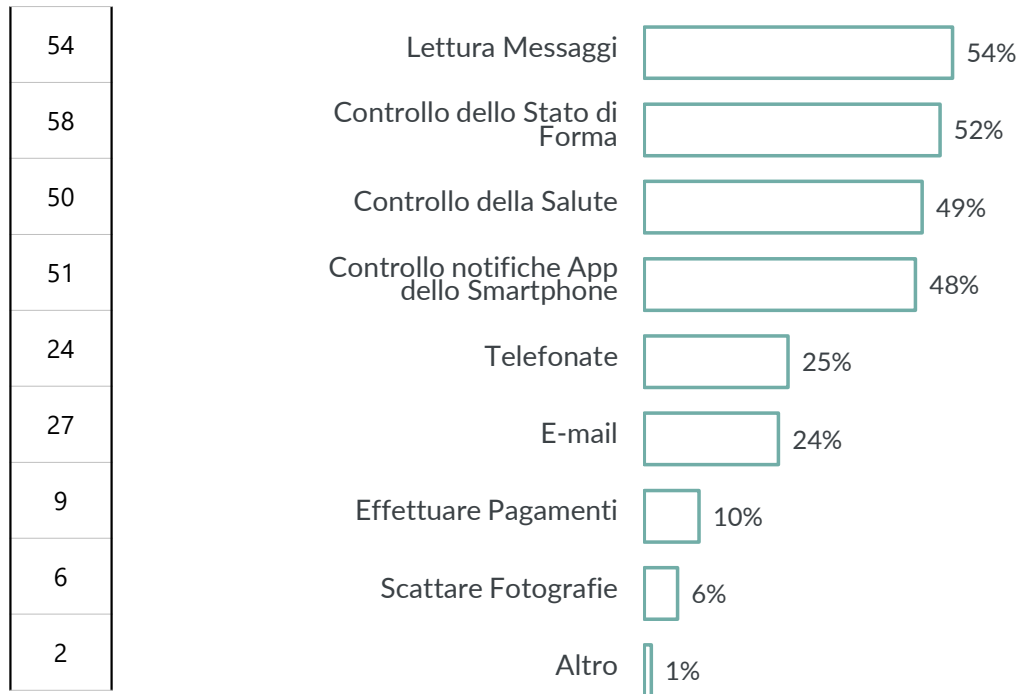
Quali delle seguenti azioni Le capita di svolgere con il suo Smartwatch? (risposta multipla)

Per quali delle seguenti azioni/attività Le piacerebbe acquistare, e poi usare, uno Smartwatch? (risposta multipla)

2022

I motivi di utilizzo

Base: attuali possessori di uno Smartwatch



Ha acquistato uno smartwatch
negli ultimi 12 mesi

4.3%

+0.5% vs '22

Ca 2,6 milioni di acquirenti (+300.000 mila vs '22)



SMARTWATCH: Luogo d'Acquisto

Maschi vs Femmine

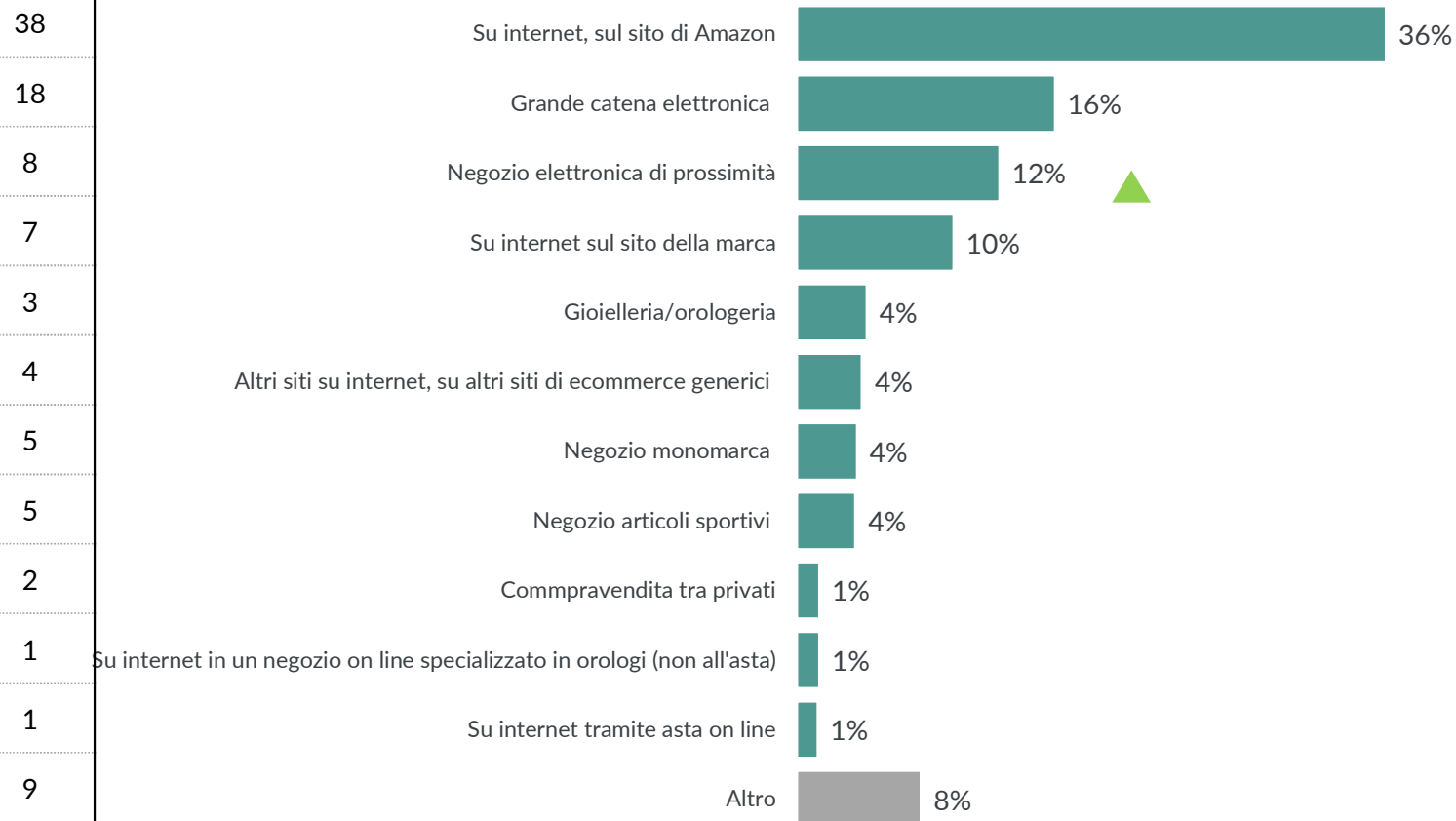


Dove ha acquistato Smartwatch? Se ne ha acquistato più di uno, indichi dove ha acquistato quello che usa più spesso.
(possibili più risposte)

2022

dove ha acquistato lo Smartwatch?

2023



	Maschi	Femmine
	35	37
	14	18
	12	13
	10	9
	4	4
	4	4
	4	4
	4	3
	2	1
	2	0.3
	2	0.4
	8	7