

24.03.2011 - 06:00 Uhr

BaselWorld: les tendances de l'industrie horlogère décryptées par le WorldWatchReport

Genève (ots) -

Pour la septième année consécutive, IC-Agency - société spécialisée dans le marketing digital pour les marques de luxe - dévoile les résultats du WorldWatchReport, étude de marché qui déchiffre la demande relative à 25 marques horlogères de luxe (1) exprimée par des consommateurs situés dans 10 marchés clés pour l'industrie horlogère (2).

Basée sur l'analyse de centaines de millions de recherches Web et de la présence officielle des marques sur Facebook et Youtube, l'étude révèle cette année:

- La domination des pays du BRIC

Près d'une recherche sur trois relative à des marques horlogères est réalisée depuis les pays du BRIC. 20% des recherches proviennent de Chine, qui devient le deuxième marché le plus important derrière les Etats-Unis (32%).

- L'importance croissante des réseaux sociaux

1,5 million d'amateurs de montres sont connectés à des marques de luxe sur Facebook (+ 450% par rapport à l'année dernière). Bulgari et TAG Heuer se placent au-dessus de la mêlée en termes d'engagement. Rolex et Patek Philippe sont les deux seules marques qui ne sont pas officiellement présentes sur Facebook.

Hublot, Rolex, Breitling et Omega sont les marques les plus populaires sur Youtube, qui devient la source n°1 pour les critiques de montres. Le contenu généré par les consommateurs représente 44% des vidéos les plus vues en lien avec les marques horlogères.

- Une industrie globalisée, avec des disparités locales au niveau des préférences de la clientèle

- Les marques les plus populaires: Rolex renforce ses parts de marché en Europe et aux Etats-Unis, mais est devancé par Longines (19.3%), Omega (16.3%), Rado (11.7%) et Cartier (10.1%) en Chine. Les marques appartenant au Swatch Group, en particulier Rado et Longines, sont fortes dans les pays du BRIC, qui représentent 75% de la demande exprimée pour ces deux marques. La part représentée par la Chine pour les marques de Haute Horlogerie - Vacheron Constantin, IWC et Patek Philippe - est élevée, témoignant de l'intérêt des Chinois pour des gardes-temps haut de gamme.

- Les préférences de la clientèle: dans le BRIC, les recherches émanant d'Inde et de Chine sont plus fréquemment liées au prix (5% et 7% respectivement), alors que les Brésiliens démontrent un intérêt plus marqué pour des produits de contrefaçon (6.5%) et les Russes pour le réseau de distribution (2.4%).

- Modèles et collections: les modèles classiques qui se situent dans le milieu de gamme sont les plus demandés. La première position occupée par la Seamaster d'Omega (5.6%) se confirme pour la 3ème année consécutive. Les modèles Submariner (4,7%) et Daytona (4,2%) de Rolex occupent les 2ème et 3ème places.

- Les ambassadeurs de marque: Les ambassadeurs horlogers les plus recherchés sont Tiger Woods (TAG Heuer, 16.2%), Aishwarya Rai (Longines, 9%) et Jet Li (nouvel ambassadeur de Hublot, 6,7%).

(1) Audemars Piguet, Baume & Mercier, Blancpain, Breguet, Breitling, Bulgari, Cartier, Chopard, Ebel, Frank Muller, Girard-Perregaux, Hublot, IWC, Jaeger-Le-Coultre, Longines, Montblanc, Omega, Patek Philippe, Piaget, Rado, Raymond Weil, Rolex, Tag Heuer, Vacheron Constantin, Zenith

(2) Allemagne, Brésil, Chine, Etats-Unis, France, Inde, Italie, Japon, Royaume-Uni, Russie

(3) Basé sur Google, Yandex en Russie et Baidu en Chine, le WorldWatchReport couvre environ 85% des moteurs de recherche au niveau mondial.

Au sujet du WorldWatchReport

Le WorldWatchReport est publié depuis 2004 par IC-Agency, société spécialisée dans le marketing digital pour les

marques de luxe, en partenariat avec Europa Star (www.europastar.com) "the most influential watch magazine" et le support de la Fondation de la Haute Horlogerie.

L'étude sera officiellement disponible dès le 1er avril 2011 à l'adresse: www.worldwatchreport.com

Contact:

Marc-Olivier Peyer, IC-Agency

Tél.: +41/22/702/07'65

E-Mail: pr@ic-agency.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100007306/100621520> abgerufen werden.