

## Communiqué de presse

Zurich/Genève, le 13 octobre 2022

### L'industrie horlogère suisse : les prévisions de l'e-commerce pointent vers un doublement des ventes à l'horizon 2030 et une croissance du marché de seconde main à 35 milliards de francs à l'échelle mondiale

Alors que deux consommateurs sur cinq envisagent d'acheter une montre en ligne, l'industrie horlogère devrait doubler ses ventes en e-commerce d'ici la fin de la décennie. Dans le même temps, la demande reste soutenue sur le marché de l'occasion, avec près d'un tiers (31%) des consommateurs qui prévoient d'acquérir une montre de seconde main au cours des douze prochains mois. Ce chiffre est encore plus élevé pour les moins de 40 ans. En effet, près d'un répondant sur deux dans cette catégorie (48%) envisage d'acheter une montre de seconde main. Le marché des montres d'occasion devrait s'envoler de 20 à 35 milliards de francs suisses d'ici 2030 et atteindre ainsi une part représentant plus de la moitié du marché primaire. Les montres de luxe ont de plus en plus la faveur des investisseurs, notamment en Chine et à Hong Kong, où une personne sur trois acquiert une pièce horlogère à titre d'investissement ou pour la revendre. À une époque où les consommateurs modifient leurs comportements d'achat et où les générations plus technophiles se hissent en tête des acquisitions de montres de luxe, l'industrie horlogère suisse va devoir se résoudre à étoffer son offre numérique tout en tenant compte de l'engouement croissant pour les montres de seconde main et de la tendance soutenue vers les achats à caractère d'investissement.

Malgré la hausse de l'inflation et les bouleversements à l'œuvre sur la scène géopolitique, la majorité (57%) des cadres de l'industrie horlogère suisse interrogés par le cabinet d'audit et de conseil Deloitte tablent sur une bonne année pour l'industrie horlogère. Néanmoins, ce chiffre dénote une décrue sensible par rapport à l'enquête de l'année dernière, là où plus de trois quarts (77%) des cadres s'attendaient à des perspectives réjouissantes. Par ailleurs, près de 80% des cadres de l'industrie horlogère déclarent que les incertitudes géopolitiques dues à la guerre en Ukraine, conjuguées aux tensions entre la Chine et les États-Unis, ont un impact fortement négatif sur les perspectives de leur entreprise.

Au chapitre des perspectives de croissance, la plupart des cadres du secteur estiment que les États-Unis – d'ores et déjà le débouché numéro un de l'industrie horlogère suisse en termes de volumes d'exportation – sont en train de s'affirmer comme le prochain grand marché de croissance, suivis par l'Inde et par la Chine. À cet égard, les prévisions de croissance varient considérablement d'une région à l'autre : Hong Kong, par exemple, devrait continuer à reculer ou à stagner ; par contre, seuls 57% des répondants croient en un essor du marché chinois, un contraste saisissant avec l'Amérique du Nord où plus des trois quarts (77%) des répondants tablent sur une croissance.

#### L'essor du commerce électronique

Selon l'enquête, la génération Z ainsi que les millennials sont les plus enclins (43%) à acheter une montre neuve en ligne. Toutefois, la majorité des cadres de l'industrie horlogère pensent que les magasins traditionnels resteront dans un avenir assez proche les premiers points de vente d'achat de montres.

Karine Szegedi, responsable du secteur de la consommation, de la mode et du luxe chez Deloitte Suisse et co-auteur de [l'étude Deloitte sur l'industrie horlogère suisse](#) : « Avec deux consommateurs sur cinq qui préfèrent acheter leurs garde-temps en ligne, il est crucial que les marques leurs canaux de e-commerce et complètent leurs canaux de ventes physiques déjà bien établis si elles veulent être en mesure de répondre aux attentes de leurs clients. D'après nos estimations, la part des montres achetées en ligne devrait doubler pour s'établir à 30% d'ici à 2030. »

#### Les montres, objets d'investissement

Dans l'ensemble, près d'un consommateur sur quatre (23%) achète des garde-temps comme objets d'investissement pour la revente avec, dans le trio de tête, Singapour (33%), Hong Kong (32%) et la Chine (29%). C'est ce qui pourrait notamment expliquer pourquoi, sur certains marchés asiatiques, les consommateurs affichent une plus grande propension à dépenser plus pour des montres neuves. En Chine, par exemple, plus d'un tiers des personnes interrogées (35%) sont prêtes à dépenser 5'000 francs suisses ou plus pour une montre neuve, contre 8% en Suisse,

et seulement 2% en France. Les consommateurs qui achètent une montre en tant que placement envisagent de la revendre à un prix plus élevé (36% des répondants) ou souhaitent diversifier ainsi leur portefeuille d'investissement (33%). En Chine, les acheteurs montrent un intérêt tout particulier pour les montres comme moyen de diversification de leur portefeuille (55% des répondants).

Karine Szegedi : « Les montres de luxe sont considérées comme des valeurs stables, surtout compte tenu de la volatilité du marché, sur fond de fortes pressions inflationnistes. » Elle ajoute : « La rareté actuelle des montres de luxe, due à la tension dans les chaînes d'approvisionnement et au contexte économique du moment, attire les clients soucieux d'investir dans une montre dans l'espoir d'un gain lors de la revente. »

### Un marché de la seconde main qui jouit d'un essor soutenu

Avec près d'un tiers des clients (31%) qui prévoient d'acheter une montre de seconde main au cours de l'année à venir et des entreprises qui mettent en place leurs propres canaux de vente d'occasion, le segment des montres de seconde main a le vent en poupe. Ces dernières jouissent d'un engouement de plus en plus grand, notamment parmi les millennials et la génération Z : 48% des personnes interrogées dans cette catégorie ont déclaré qu'elles seraient intéressées par une telle montre de seconde main. Pour la majorité des répondants, les principales motivations d'achat d'une montre de seconde main est la possibilité de posséder une montre de luxe à un prix plus abordable (44%), suivie de l'envie d'acquérir un modèle en fin de série (29%). De plus, 21% ont indiqué qu'ils pourraient envisager l'acquisition d'une montre de seconde main pour des convictions environnementales.

Interrogés sur les perspectives du marché secondaire, les cadres sont encore plus optimistes que l'année dernière. Ainsi, ils sont plus de 70% à considérer que le marché de la seconde main a un impact positif sur la perception des marques et leur valorisation, et se félicitent des répercussions sur la notoriété et la visibilité de l'industrie horlogère dans son ensemble. Karine Szegedi : « Le potentiel de croissance du marché de l'occasion est gigantesque. Si l'on observe les tendances actuelles et le fait que les marques continuent d'investir dans ce domaine, nous pensons que la taille actuelle du marché, que l'on peut situer à près de 20 milliards de francs suisses, confirmera sa percée dans les années à venir pour s'établir probablement aux alentours de 35 milliards de francs suisses à horizon 2030, ce qui représenterait plus de la moitié du marché primaire. »

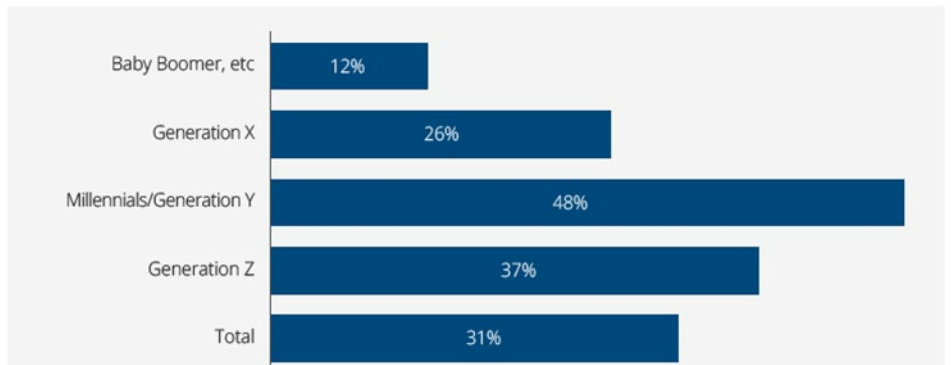


Diagramme n° 1 : Quelle est la probabilité que vous achetiez une montre d'occasion au cours des douze prochains mois – taux de réponse « très/assez probable ».

### Image de marque ou dimension durable ?

Au cours des cinq années dernières, le fait de posséder une montre-bracelet a gagné en importance pour un quart des consommateurs, un pourcentage encore plus élevé auprès des millennials (35%) et de la génération Z (33%). Effectivement 32% des consommateurs interrogés accordent plus d'importance à la durabilité qu'à l'image de marque ; or le contraire n'est vrai que pour 21%. En revanche, pour un consommateur sur trois, le choix esthétique prime sur les autres facteurs décisionnels. Les générations Y et Z donnent davantage d'importance aux caractéristiques durables d'une montre.

L'industrie horlogère s'accorde néanmoins sur le fait qu'elle doit jouer toute sa part dans l'avènement d'un futur plus durable. Et les mesures prises par les marques dans ce sens ne manquent pas. Au sommet des enjeux de durabilité, la majorité des cadres du

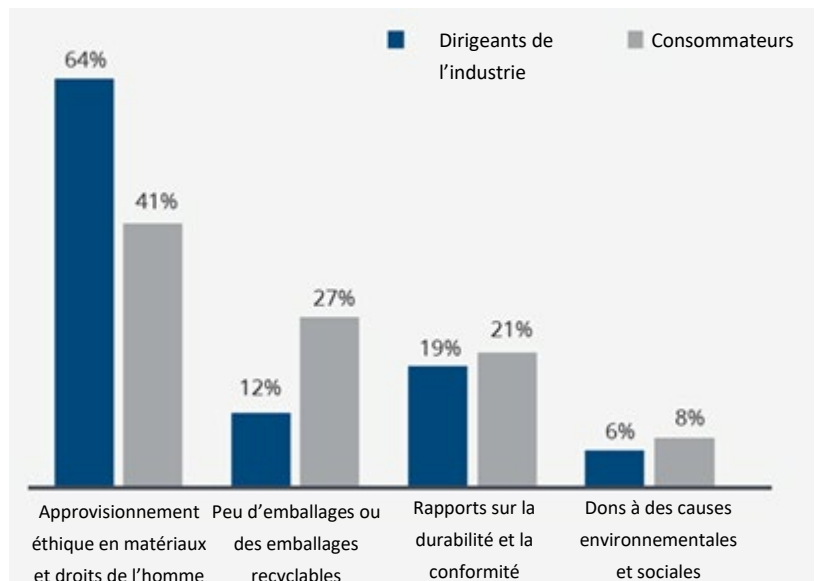


Diagramme n° 2 : Quel est, selon vous, l'aspect le plus important en matière de durabilité pour une montre / pour l'industrie horlogère ?

secteur (64%) placent l'achat éthique et les droits humains, suivis par le reporting et la conformité (21%) et les emballages (12%). Et Karine Szegedi de souligner : « Bien que l'industrie horlogère suisse conserve un caractère traditionnel, elle n'en demeure pas moins l'un des secteurs les plus innovants. C'est précisément cet esprit d'innovation qui a permis d'identifier de nouveaux matériaux davantage circulaires et durables, qui ont une moindre empreinte carbone. »

### À propos de l'étude

Le présent rapport est la neuvième édition de [l'Étude Deloitte sur l'industrie horlogère suisse](#). Il repose sur un sondage en ligne réalisé auprès de 70 cadres supérieurs de l'industrie horlogère entre la mi-août et la mi-septembre 2022, ainsi que sur des entretiens menés avec des spécialistes du secteur. Au cours de la même période, Deloitte a également réalisé une enquête en ligne auprès de 5'579 consommateurs sur le marché national de même que sur les principaux marchés d'exportation des montres suisses, à savoir la Chine, la France, l'Allemagne, Hong Kong, l'Italie, le Japon, Singapour, la Suisse, les Émirats arabes unis, le Royaume-Uni et les États-Unis. Réalisée dans le cadre d'une approche autonome qui s'appuie sur nos propres capacités de recherche, l'Étude Deloitte sur l'industrie horlogère suisse est une évaluation du secteur à la fois holistique et diversifiée.



Suivez @DeloitteCH sur Twitter. Nous publions toujours simultanément tous les communiqués de presse sur notre canal Twitter.

---

Contact: Michael Wiget  
Responsable Communication Externe  
Tel.: +41 58 279 70 50  
E-Mail: [mwiget@deloitte.ch](mailto:mwiget@deloitte.ch)

Contact: Adrian Zebib  
Spécialiste en communication externe  
Tel.: +41 58 279 61 42  
E-Mail: [azebib@deloitte.ch](mailto:azebib@deloitte.ch)

---

### Deloitte Suisse

Deloitte compte parmi les principales sociétés suisses fournissant des services professionnels dans les domaines suivants : Audit & Assurance, Consulting, Financial Advisory, Risk Advisory et Tax & Legal. Avec plus de 2'000 collaborateurs répartis dans les villes de Bâle, Berne, Genève, Lausanne, Lugano et Zurich (siège), Deloitte propose ses services à des entreprises et des institutions de toutes formes juridiques et de toutes tailles, opérant dans tous les secteurs d'activité. Deloitte SA est une filiale de Deloitte North and South Europe (NSE), société affiliée de Deloitte Touche Tohmatsu Limited (DTTL). Les sociétés affiliées de DTTL sont représentées dans plus de 150 pays et comptent plus de 415'000 collaborateurs.

### Note à la rédaction

Dans le présent communiqué de presse, la désignation Deloitte fait référence à Deloitte Touche Tohmatsu Limited (« DTTL »). DTTL est une « UK private company limited by guarantee » (une société à responsabilité limitée de droit britannique). DTTL et son réseau de sociétés affiliées © 2022 Deloitte SA forment chacune une entité juridique indépendante et séparée. Pour une description détaillée de la structure juridique, veuillez consulter le site [deloitte.com/ch/fr/about](https://deloitte.com/ch/fr/about).

Deloitte SA est une filiale de Deloitte LLP, société britannique affiliée de DTTL. Deloitte SA est une société d'audit agréée et surveillée par l'Autorité fédérale de surveillance en matière de révision (ASR) et par l'Autorité fédérale de surveillance des marchés financiers (FINMA). Les informations contenues dans ce communiqué de presse étaient correctes au moment de leur envoi.

