

## Communiqué de presse

Zurich/Genève, le 12 octobre 2023

### L'industrie horlogère suisse : l'Inde annoncée comme le prochain grand marché de croissance – les marques améliorent l'expérience en personne par rapport aux canaux en ligne

L'industrie horlogère suisse établit de nouveaux records à l'exportation et fait face à un changement transformateur. Après une année 2022 impressionnante, où les exportations horlogères ont atteint un pic historique de près de 25 milliards de francs suisses, la forte croissance s'est poursuivie au cours des huit premiers mois de l'année en cours. Les principales zones géographiques, telles que les États-Unis et la Chine, ont connu une expansion soutenue. Malgré l'essor du commerce électronique, 62% des marques s'attendent à ce que les ventes en boutique prennent le dessus au cours des cinq prochaines années et prévoient une expansion de la vente au détail. [C'est ce que démontre l'Étude Deloitte 2023 sur l'industrie horlogère suisse](#), qui se fonde sur les avis d'experts de l'industrie et sur des enquêtes menées auprès des consommateurs sur les principaux marchés. L'étude révèle que les dirigeants de l'industrie horlogère voient l'Inde comme un marché doté d'un formidable potentiel pour les années à venir. Au cours des huit premiers mois de 2023, l'Inde a en effet connu une hausse des ventes supérieure à la moyenne, à 18%. Selon nos prévisions, l'Inde devrait se hisser dans le top 10 des marchés d'exportation suisses d'ici une dizaine d'années.

Une croissance à deux chiffres confirmée en 2023 : après une année 2022 couronnée de succès, au cours de laquelle l'industrie horlogère suisse a enregistré des exportations record d'une valeur de 24,8 milliards de francs, le secteur a poursuivi sa croissance soutenue au cours des huit premiers mois de l'année en cours. À la fin du mois d'août, les exportations horlogères avaient augmenté de 10,2% en volume et de 9,2% en valeur – et ce, malgré les effets conjugués de l'inflation et de la vigueur du franc suisse, qui rendent les montres suisses plus chères pour les acheteurs internationaux.

Les dix principaux marchés d'exportation ont tous confirmé leur trajectoire de croissance au cours des huit premiers mois de 2023. Les États-Unis sont restés le plus important marché national pour les montres suisses, avec des exportations vers ce pays atteignant près de 2,7 milliards de francs suisses, soit une augmentation de près de 10% par rapport à 2022. La Chine a également connu une croissance similaire de 9,3% au cours de la même période, mais les exportations sont toujours inférieures de 7,5% aux niveaux de 2021. Les dirigeants de l'industrie horlogère ont des avis mitigés sur la Chine, les prévisions étant partagées à parts égales entre croissance et déclin chez les personnes interrogées. Sur les 75 cadres interrogés, près de quatre sur dix ont déclaré que la perte de volumes de ventes due à la réduction des voyages des consommateurs asiatiques avait affecté leurs activités au cours des 12 derniers mois.

#### Un optimisme tempéré pour les 12 prochains mois

Interrogés sur la trajectoire des 12 prochains mois, la majorité des cadres supérieurs du secteur horloger suisse ont jugé les perspectives optimistes tant pour l'économie suisse (60%) que pour ses principaux marchés d'exportation (59%). Toutefois, par rapport aux perspectives économiques dans leur ensemble, le secteur est moins confiant dans ses propres perspectives qu'il y a un an. Seule la moitié des cadres supérieurs du secteur horloger suisse se disent positifs (contre 57% en 2022), et un quart d'entre eux font part de leur sentiment négatif. La plupart des cadres supérieurs ont pointé l'incertitude géopolitique (84%), suivie de l'inflation (69%) et de la crise du coût de la vie (69%) comme principales raisons de ce sentiment. Pour l'année prochaine, les dirigeants voient dans la pénurie de personnel qualifié un facteur de risque majeur. En outre, les fournisseurs ont déclaré vouloir augmenter à la fois leur capacité de production et leurs effectifs en Suisse.

#### L'expérience en personne l'emporte sur la commodité du numérique

Le contact direct et personnel entre les marques horlogères et leurs consommateurs finaux par le biais de points de vente physiques, d'espaces pop-up ou de salons horlogers demeure un facteur essentiel. Les consommateurs achètent principalement des montres en boutique pour les toucher, les tester et les essayer (52%), tandis que 43% d'entre eux préfèrent le contact direct avec le personnel de vente. La plupart des marques et des détaillants (62%) s'accordent à dire que les ventes hors ligne continueront à dominer les ventes en ligne au cours des cinq prochaines années, avec des différences qui varient selon le segment de prix. En général, plus la montre est chère, plus le client est susceptible de l'acheter hors ligne. La plupart des marques investissent dans l'expansion de leurs espaces de vente, que ce soit dans leurs boutiques phares ou dans des points de vente multimarques.

Dans un monde numérisé, les salons horlogers conservent une grande portée : neuf cadres supérieurs sur dix les considèrent comme essentiels pour entrer en contact avec des clients potentiels et élargir leur public cible. « L'espace numérique n'est pas capable de reproduire l'atmosphère électrisante des salons horlogers et des ventes aux enchères, de même que l'esprit que dégage une marque dans une boutique physique. Toutefois, le commerce social, avec ses recommandations personnalisées et ses achats instantanés par le biais d'applications connectées et d'options de paiement mobile, est en passe de s'imposer comme un sous-canal crucial pour le secteur. Déjà bien établi en Asie, le commerce social transforme le temps passé devant l'écran en une expérience gratifiante et propice à l'achat », comme l'explique Karine Szegedi, responsable du secteur de la consommation, de la mode et du luxe chez Deloitte Suisse.

### **L'Inde, prochain marché de croissance**

Les cadres supérieurs du secteur identifient l'Inde dans une écrasante majorité comme le prochain grand marché de croissance de l'industrie horlogère, le pays se hissant pour la première fois en tête des réponses les plus citées. Au cours des huit premiers mois de 2023, l'Inde a connu une forte augmentation de ses exportations, avec 133,7 millions de francs suisses en valeur, soit une hausse de 18,5% par rapport à la même période de l'année précédente, et une hausse de près de 60% par rapport aux huit premiers mois de 2021.

Les réponses des consommateurs donnent quelques indications à ce sujet. L'Inde se classe en tête du plus fort pourcentage de personnes interrogées enclines à porter une montre (94%), un taux égalé uniquement par les Émirats arabes unis. Selon les statistiques actuelles, l'Inde n'est que le 22<sup>e</sup> pays au monde en termes de valeur des exportations de montres suisses, mais le secteur pense que cela va changer. « L'Inde est un marché fascinant. La base de consommateurs est non seulement vaste, elle est aussi de plus en plus aisée et sensible au luxe – des qualités qui attirent l'attention du secteur. D'ici 2028, nous nous attendons à ce que les ventes à l'exportation de montres suisses en Inde atteignent plus de 400 millions de francs suisses. Et nous pensons que l'Inde sera dans le top 10 des marchés d'exportation suisses dans une dizaine d'année », explique Karine Szegedi.

### **La durabilité revêt une importance stratégique**

Comme pour les années précédentes, le développement durable demeure un critère essentiel pour l'industrie horlogère, mais la motivation a évolué, explique Karine Szegedi : « L'enquête met en lumière un changement fondamental. D'une attente de la part des consommateurs, le développement durable est devenu une mission dont le secteur s'est fait le porte-drapeau. Plus de deux tiers des personnes interrogées indiquent que le développement durable fait partie de leur stratégie d'entreprise et qu'elles investissent dans des domaines tels que la circularité ou les structures de gouvernance. » Pour les marques, l'or éthique certifié (86%), les matériaux recyclés (76%) et les alternatives au cuir (74%) sont amenés à jouer un rôle très important ou important au cours des cinq prochaines années.

En outre, les nouvelles réglementations en matière reporting sur le développement durable ouvrent la voie à une industrie horlogère plus transparente et plus responsable. C'est également ce qu'attendent les consommateurs : 34% d'entre eux choisiraient une montre fabriquée par une marque axée sur le développement durable, tandis que 25% seulement préféreraient une marque qui privilégie son image. Les jeunes générations donnent la priorité au développement durable plutôt qu'à l'image de marque. Cette évolution souligne la nécessité pour le secteur horloger d'intégrer le développement durable dans sa stratégie commerciale de base. « L'industrie horlogère suisse ne se contente pas de survivre, elle prospère en établissant de nouveaux records et en s'inscrivant à la fois dans la tradition et dans l'innovation. De la montée en puissance de l'Inde comme marché clé à l'évolution interne du secteur vers le développement durable, l'industrie horlogère est prête pour un avenir qui concilie tradition et progrès. Gardons un œil sur le cadran : le prochain chapitre de l'horlogerie suisse promet d'être aussi complexe et fascinant que les montres qu'elle produit », conclut Karine Szegedi.

### **À propos de l'Étude Deloitte sur l'industrie horlogère suisse**

[Il s'agit de la dixième édition de l'étude](#). Cette étude est basée sur une enquête en ligne réalisée entre août et septembre 2023 auprès de 75 cadres supérieurs du secteur et sur des entretiens avec des experts du secteur. Durant la même période, Deloitte a également réalisé auprès de 6'045 consommateurs une enquête en ligne portant sur les principaux marchés d'exportation des montres suisses de même que sur un certain nombre de marchés domestiques : Chine, France, Allemagne, Hong Kong, Italie, Japon, Singapour, Suisse, Émirats arabes unis, Royaume-Uni et États-Unis. Cette année, nous avons également interrogé des consommateurs en Inde. 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 globale et diversifiée.



Suivez [@DeloitteCH](#) sur Twitter !

---

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

Contact : [Kevin Capellini](#)  
External Communications Specialist  
Tél. : +41 58 279 59 74  
E-mail : [kcapellini@deloitte.ch](mailto:kcapellini@deloitte.ch)

---

#### [Deloitte Suisse](#)

Deloitte offre des services intégrés en Audit & Assurance, Consulting, Financial Advisory, Risk Advisory et Tax & Legal. Nous associons notre vision et nos capacités d'innovation dans de multiples disciplines à notre connaissance du monde des affaires et de l'industrie pour accompagner nos clients dans leur trajectoire vers l'excellence, partout dans le monde. Avec environ 2'700 collaborateurs répartis sur les sites de Bâle, Berne, Genève, Lausanne, Lugano et Zurich (siège), Deloitte propose ses services à des entreprises et à 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) qui emploie plus de 415'000 collaborateurs dans plus de 150 pays.

Lisez [d'autres communiqués de presse](#), contactez [les personnes de l'équipe communication](#) ou visitez le [site web de Deloitte Suisse](#).

#### **Note à la rédaction**

Dans le présent communiqué de presse, la désignation Deloitte fait référence aux filiales suisses de Deloitte NSE LLP, une société affiliée de Deloitte Touche Tohmatsu Limited (DTTL), une « UK private company limited by guarantee » (une société à responsabilité limitée de droit britannique). DTTL et son réseau de sociétés affiliées forment chacune une entité juridique indépendante et séparée. DTTL et Deloitte NSE LLP ne fournissent pas elles-mêmes de services aux clients. Pour une description de la structure juridique de DTTL et de ses sociétés affiliées, veuillez consulter le site [www.deloitte.com/ch/about](http://www.deloitte.com/ch/about).

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 l'envoi.

---



© 2023 Deloitte SA