

## **SIHH 2010 : La Haute Horlogerie sous la loupe du WorldWatchReport**

Genève, le 18 janvier 2010

---

- **La demande exprimée sur Internet pour les marques de Haute Horlogerie progresse de 14% en 2009 en dépit d'un climat économique morose.**
- **Facebook devient la plus grande communauté de fans d'horlogerie online, avec plus de 300'000 aficionados déclarés. Hublot y est la marque la plus populaire avec plus de 56'000 fans.**
- **Les marchés émergents du BRIC représentent déjà 12% de la demande globale pour l'horlogerie de luxe sur Internet**

La 6ème édition de l'étude WorldWatchReport éditée par la société de Luxury Digital Marketing IC-Agency offre un décryptage complet des recherches réalisées au travers d'Internet par des millions de prospects et clients de 25 marques horlogères de luxe. L'étude couvre désormais 10 marchés clés pour l'horlogerie (contre 7 en 2009) dont - pour la première fois - les 4 marchés du BRIC (Brésil, Russie, Inde, Chine) ainsi que le Japon, les Etats-Unis, le Royaume-Uni, l'Italie, la France et l'Allemagne.

Voici les premières tendances mises en lumière par l'étude et dévoilées en primeur à l'occasion du Salon International de Haute Horlogerie SIHH 2010 :

### **Progression de la Haute Horlogerie**

Le volume global de recherches effectuées concernant les 10 marques de Haute Horlogerie a augmenté de 14% par rapport à l'année dernière. Cette tendance encourageante confirme l'intérêt pour des produits exclusifs dont la valeur moyenne est supérieure à CHF 15'000 en dépit d'un climat économique morose.

Blancpain, Jaeger-LeCoultre et Audemars Piguet enregistrent les meilleures performances de la catégorie « Haute Horlogerie » avec une croissance de la demande online de 115%, 114% et 81%.

Le plus important ralentissement touche la marque Zenith (- 51%) qui reste néanmoins la deuxième marque de Haute Horlogerie la plus recherchée avec 16.3% de la demande, après IWC (24.7%).

### **Les modèles de Haute Horlogerie les plus recherchés**

Parmi les 120 modèles analysés dans la catégorie « Haute Horlogerie », les trois modèles les plus populaires sont :

Jaeger-LeCoultre "Reverso" (8.2%)  
Audemars Piguet "Royal Oak" (7.1%)  
IWC "Portuguese" (6.3%)

Ce trio représente 21.6% de l'ensemble des recherches de produits de Haute Horlogerie. Les autres modèles – plus d'une centaine - représentent près de 80% de la demande résiduelle pour cette catégorie, ce qui démontre la forte fragmentation qui touche ce marché.

A noter l'arrivée de quelques nouveaux modèles dans le classement : "Pilot" et "Spitfire" d'IWC, Zenith "El Primero" ainsi que Blancpain "Flyback ».

### **Les ambassadeurs horlogers**

L'ajout de l'Inde dans l'étude propulse Audemars Piguet et Sachin Tendulkar en 1<sup>ère</sup> place du classement des ambassadeurs de marques de « Haute Horlogerie » les plus recherchés. En effet, plus d'une recherche sur deux (55%) concernent le célèbre joueur de cricket indien qui relègue en 2<sup>e</sup> place (13%) l'actrice Diane Kruger pour Jaeger-LeCoultre, qui occupait la première place de cette catégorie l'année dernière.

Dans les années à venir, il est fort probable que d'autres ambassadeurs provenant des marchés du BRIC viennent rivaliser avec les acteurs d'Hollywood et autres sportifs réputés.

### **Les marchés du BRIC**

La demande provenant du Brésil, de la Russie, de l'Inde et de la Chine représente déjà plus de 12% des recherches globales pour les marques horlogères de prestige.

8<sup>e</sup> marché d'exportation selon la FHS (jan.-oct. 2009), la Chine représente à elle seule 38% de la demande provenant des marchés du BRIC, suivie par le Brésil, la Russie et l'Inde avec respectivement 28%, 20% et 14%.

Dans ces marchés, Patek Philippe, Zenith et IWC sont les trois marques de Haute Horlogerie les plus recherchées avec 2.3%, 2% et 1.9% de la demande.

Il est intéressant de constater qu'Internet se profile déjà comme un média à même de toucher la clientèle résidant dans des pays émergents, et dont la culture et l'appétit pour l'horlogerie de luxe ne cessent de croître.

### **Le réseau social Facebook**

Plus de 300'000 personnes sont désormais inscrites aux Fan Pages des 25 marques horlogères, soit une augmentation moyenne de 440% du nombre d'enthousiastes horlogers en moins d'une année.

Parmi les plus fortes progressions, Hublot remporte incontestablement la mise avec plus de 56'000 Fans sur la Page « Hublot-Genève » alors qu'elle n'en comptait que 1'700 six mois auparavant, suivis par Cartier et TAG Heuer qui comptent respectivement 44'500 et 36'600 Fans.

Pour les marques de Haute Horlogerie, les Fan Pages les plus populaires sont IWC, Audemars Piguet et Vacheron Constantin avec respectivement 8'300, 5'600 et 3'300 aficionados déclarés.

### **A propos du WorldWatchReport**

L'étude éditée par IC-Agency, et publiée en partenariat avec Europa Star ([www.europastar.com](http://www.europastar.com)) « the most influential watch magazine » avec le précieux soutien de la Fondation de la Haute Horlogerie, sera officiellement disponible dès le 18 mars 2010 à l'occasion de BaselWorld. Le WorldWatchReport 2010 analyse la demande dans 10 marchés (Chine, Japon, Etats-Unis, Royaume-Uni, Italie, Allemagne, France, Brésil, Inde, Russie) pour 25 marques de luxe (Haute Horlogerie: Audemars Piguet, Blancpain, Breguet, Girard-Perregaux, Jaeger-LeCoultre, Patek Philippe, Vacheron Constantin, Franck Muller, Zenith, IWC. Women's / Jewelry : Bulgari, Cartier, Chopard, Piaget. Prestige: Breitling, Hublot, Omega, Rolex, Tag Heuer et High Range : Baume & Mercier, Ebel, Longines, Montblanc, Raymond Weil, Rado)

<http://www.worldwatchreport.com>

### **A propos de IC-Agency, Luxury Digital Marketing**

Créée en 2000, IC-Agency est une société leader dans le luxury digital marketing. Basée en Europe (Suisse) et en Amérique du Nord (Canada), IC-Agency apporte à ses clients un savoir-faire unique pour accroître leur compétitivité sur Internet en offrant des services d'analyse, de promotion, d'optimisation et de protection liés à leurs marques, produits et services. Parmi les clients d'IC-Agency figurent de nombreuses marques de luxe indépendantes, ainsi que des marques appartenant à des groupes comme Swatch, Richemont, LVMH, ou encore PPR/Gucci. La société a récemment été primée pour son excellence en matière de Management par le prix Strategis / HEC Lausanne.

<http://www.ic-agency.com>

#### **Contact presse**

Florent Bondoux, IC-Agency

Tel: +41-79-27-40-840

Email: [pr@ic-agency.com](mailto:pr@ic-agency.com)