

# Gli acquisti di orologi da polso in Italia

Indagine Annuale su Panel Consumatori – Nona Edizione Anno 2013

Milano, 20 marzo 2014

## METODOLOGIA

La rilevazione è stata effettuata nel corso del mese di Gennaio 2014 per mezzo di un questionario somministrato all'interno del campione **Consumer Panel** di GfK composto da **8.000 famiglie (22.000 individui)**.

Le domande si riferivano agli acquisti di orologi da polso effettuati dagli individui nel corso dell'anno 2013 e le interviste sono state condotte a livello individuale.

Il Panel, rappresentativo dell'universo delle famiglie italiane (**24.253.000 famiglie, 59.664.000 individui**) è utilizzato per la rilevazione continuativa mensile di prodotti di largo consumo (alimentari confezionati e freschi, prodotti per la toilette personale, prodotti per la pulizia della casa) e di prodotti tessile e abbigliamento.



## LE INFORMAZIONI FORNITE

Le variabili rilevate sono:

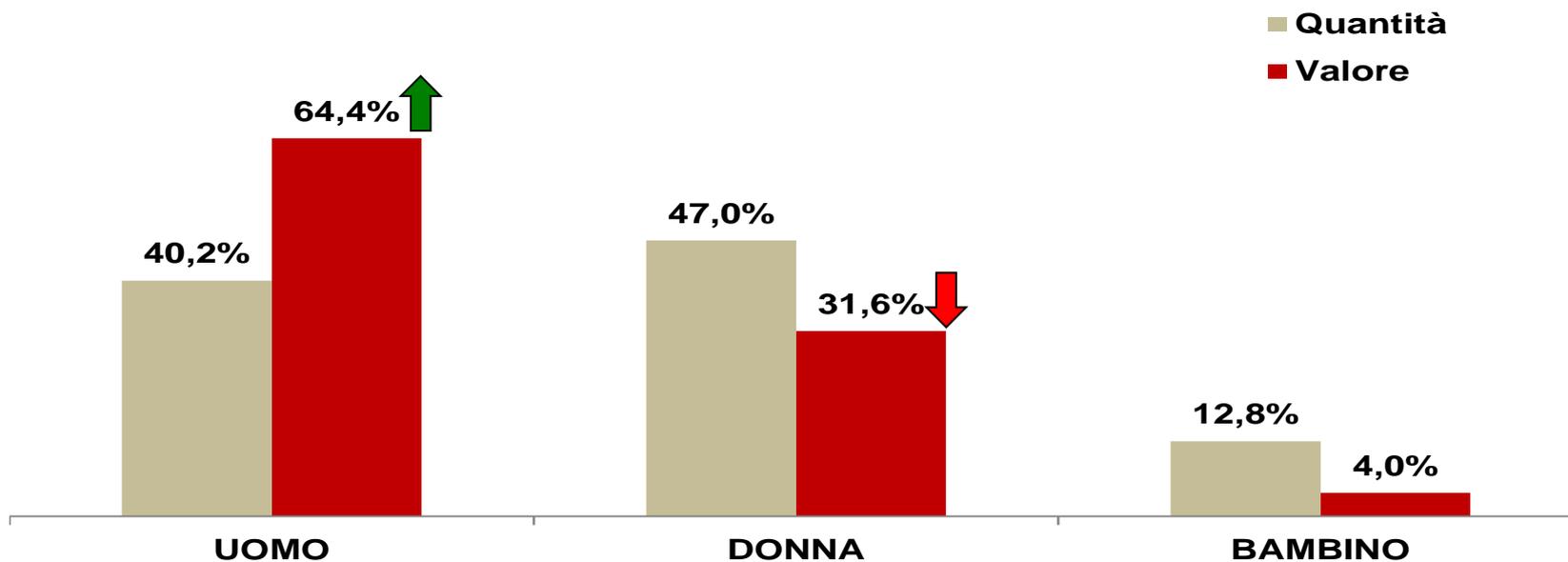
- Marca
- Target (uomo, donna)
- Tipo di movimento (quarzo, automatico, manuale)
- Funzioni (solo tempo, crono)
- Materiale della cassa (acciaio, argento, oro, titanio, ceramica, altri)
- Materiale del cinturino (pelle, metallo, plastica/resina, altri)
- Motivo dell'acquisto: per se, per regalo ad altri (\*)
- Tipologia di negozio dove è avvenuto l'acquisto (orologeria/oreficeria, negozio monomarca, Grande distribuzione, negozio di articoli sportivi, internet, altri)
- Intenzione di acquisto per l'anno 2014
- Mese di acquisto
- Evento per il quale è avvenuto l'acquisto (Comunione, Cresima, Compleanno, Natale, etc)
- Motivo e tempistica dell'acquisto

(\*) Gli acquisti ricevuti in regalo da altri sono esclusi dalla rilevazione per evitare la duplicazione della rilevazione degli atti di acquisto.

## TOTALE MERCATO: ANNI 2006 - 2013

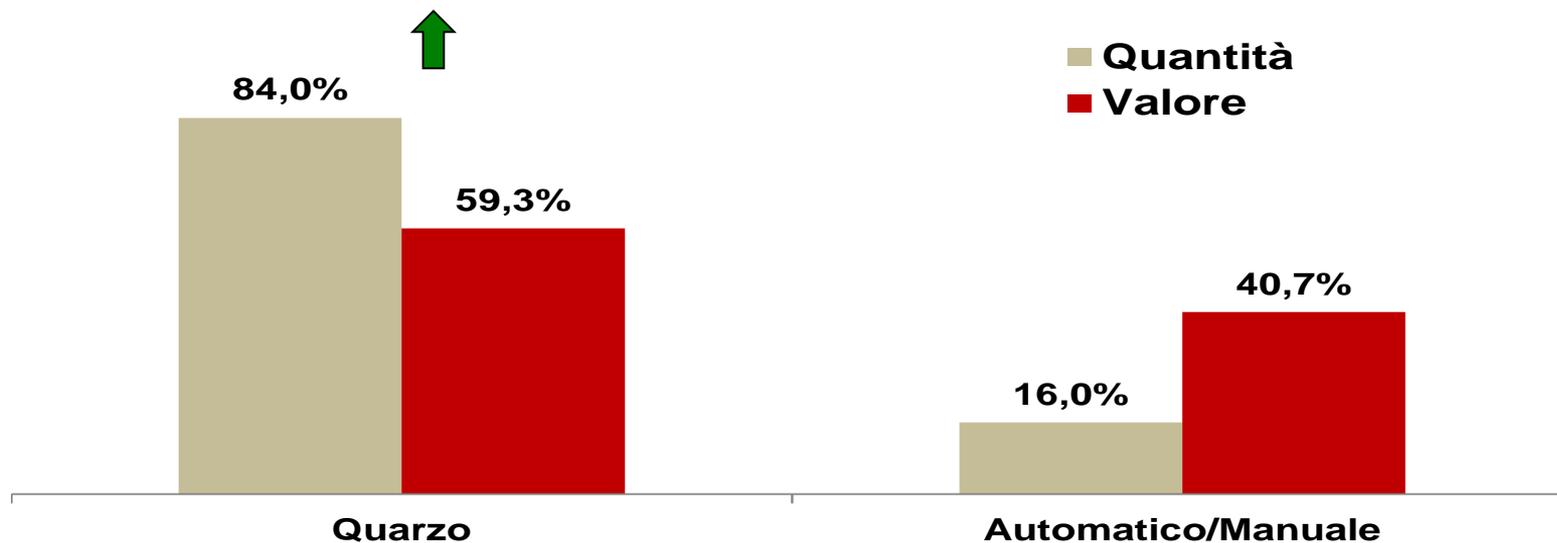
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>VOLUME</b> (x 1.000)	8.541	8.365	7.826	7.227	7.477	7.185	6.987	6.596
<i>Trend</i>	+2.5%	-2.1%	-6.9%	-7.6%	+3.4%	-4.1%	-2.8%	-5.6%
<b>VALORE</b> (Miliardi €)	1.36	1.49	1.39	1.24	1.23	1.18	1.14	1.15
<i>Trend</i>	+15.2%	+9.5%	-6.7%	-10.5%	-1.3%	-3.5%	-3.6%	+0,5%
<b>PREZZO MEDIO</b>	€159.4	€178.2	€177.3	€171.8	€163.9	€164.7	€163.3	€173.8
<b>PENETRAZIONE ACQUIRENTI</b>	12.9%	11.4%	11.7%	11.3%	10.7%	10.5%	10.0%	9.8%

## PRODOTTO ACQUISTATO: TARGET



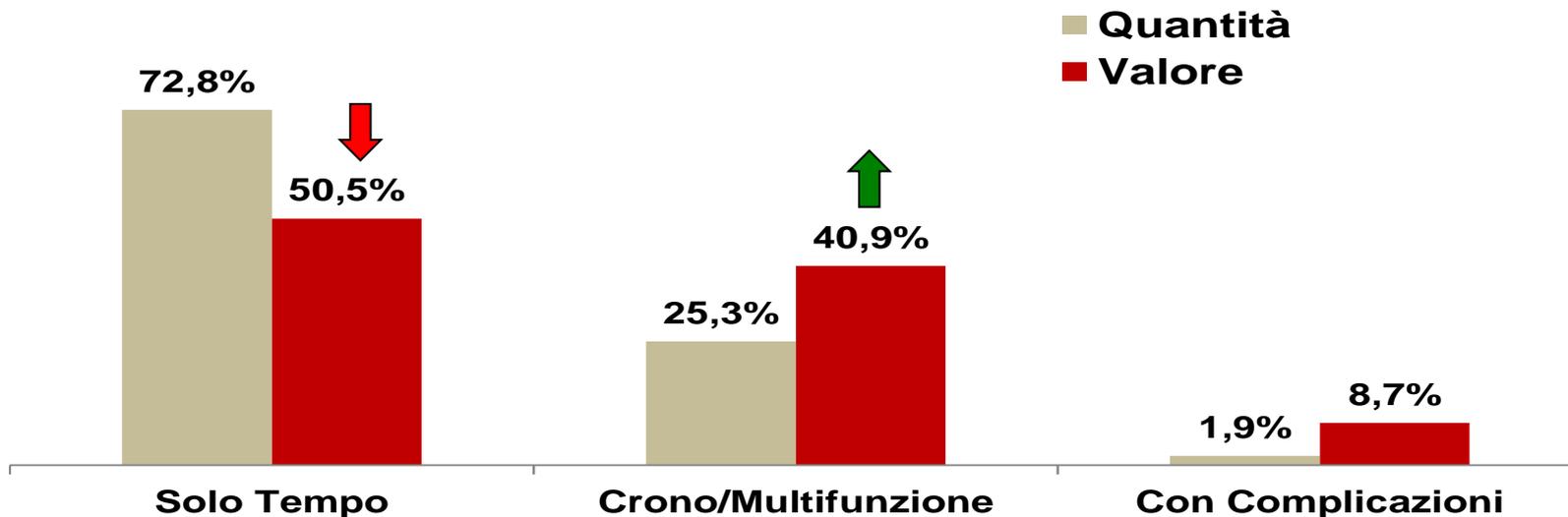
*Q: Che tipo di orologio ha acquistato?*

## PRODOTTO ACQUISTATO: MOVIMENTO



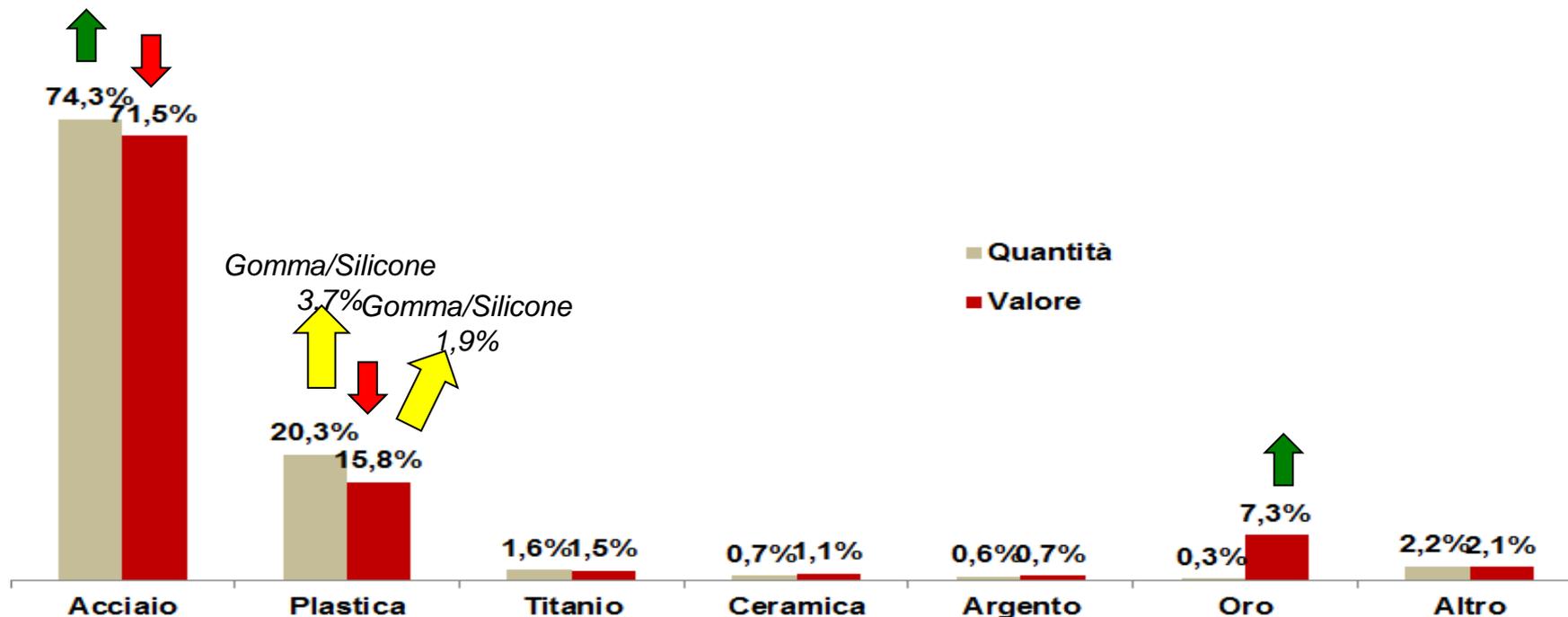
*Q: Che tipo di movimento aveva l'orologio acquistato?*

## PRODOTTO ACQUISTATO: FUNZIONI



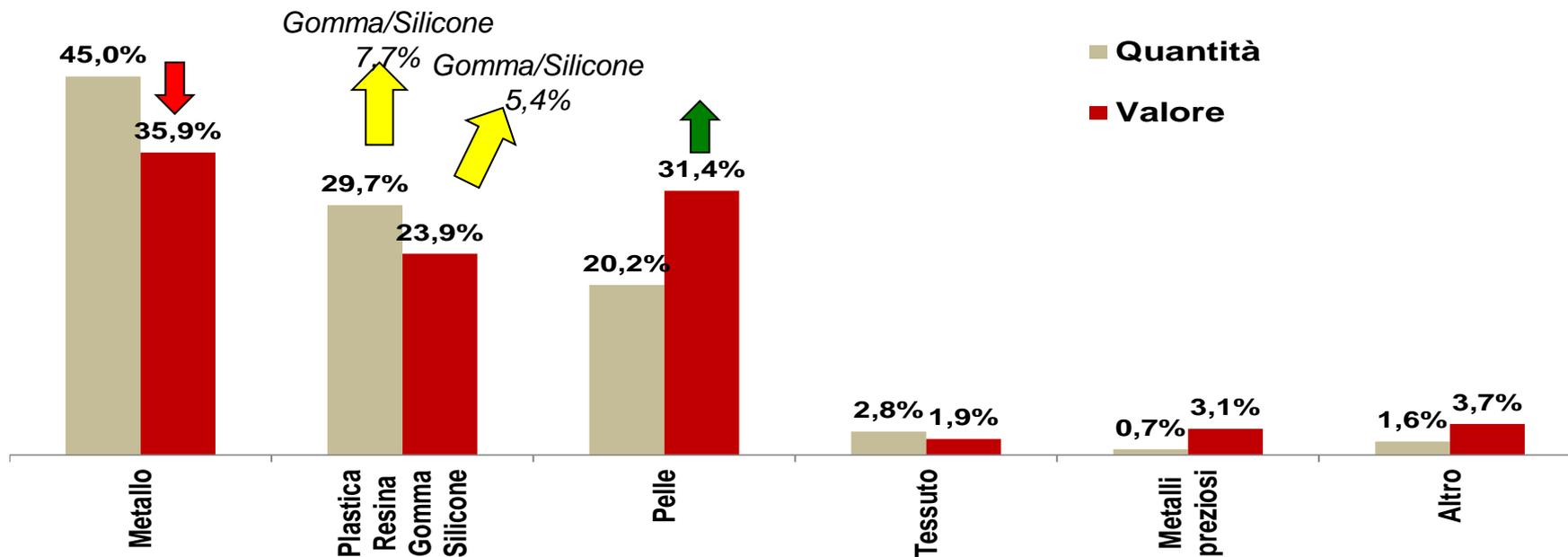
Q: Che tipo di funzioni aveva l'orologio acquistato?

## PRODOTTO ACQUISTATO: MATERIALE DELLA CASSA



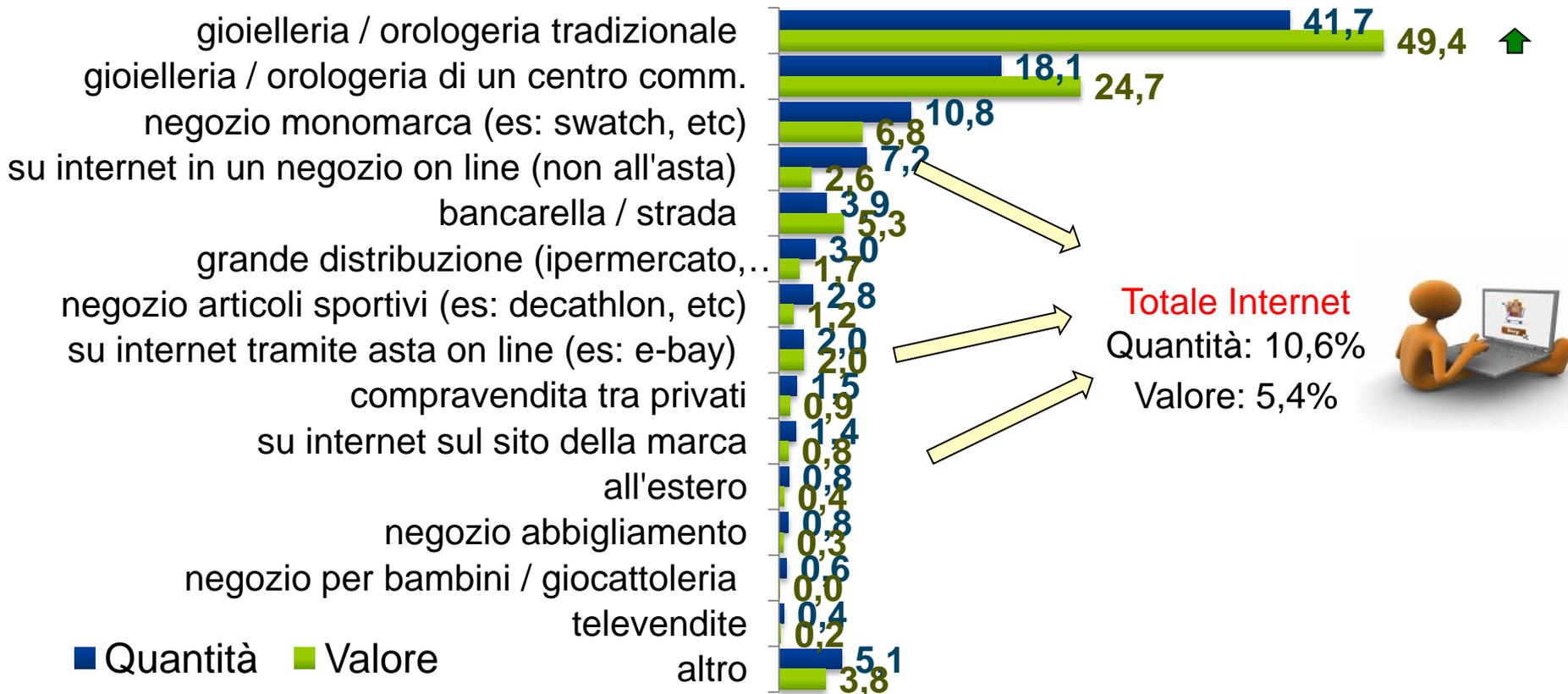
Q: di che materiale era la cassa dell'orologio acquistato?

## PRODOTTO ACQUISTATO: MATERIALE DEL CINTURINO



Q: di che materiale era il cinturino dell'orologio acquistato?

## PRODOTTO ACQUISTATO: CANALE DI ACQUISTO

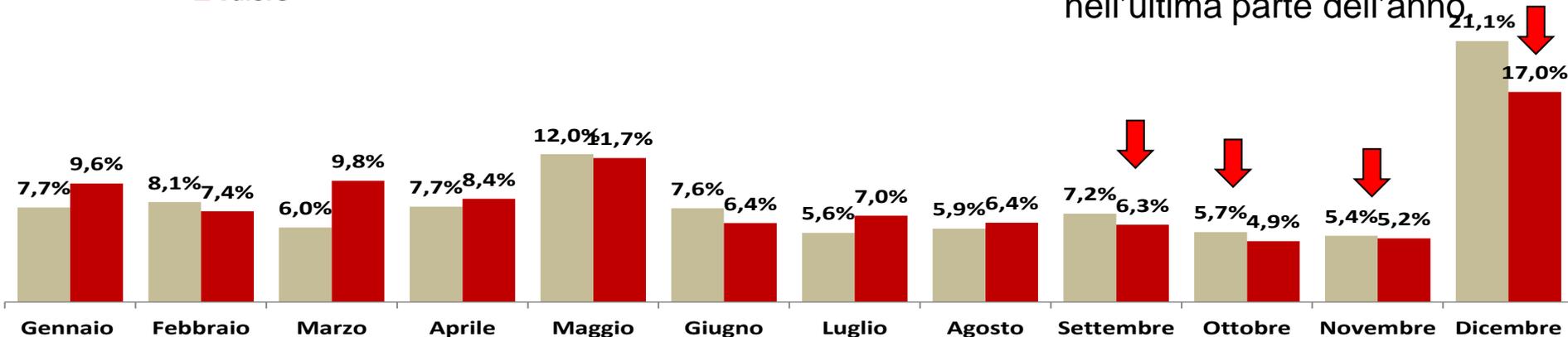


Q: Dove è stato acquistato l'orologio?

## PRODOTTO ACQUISTATO: MESE DI ACQUISTO

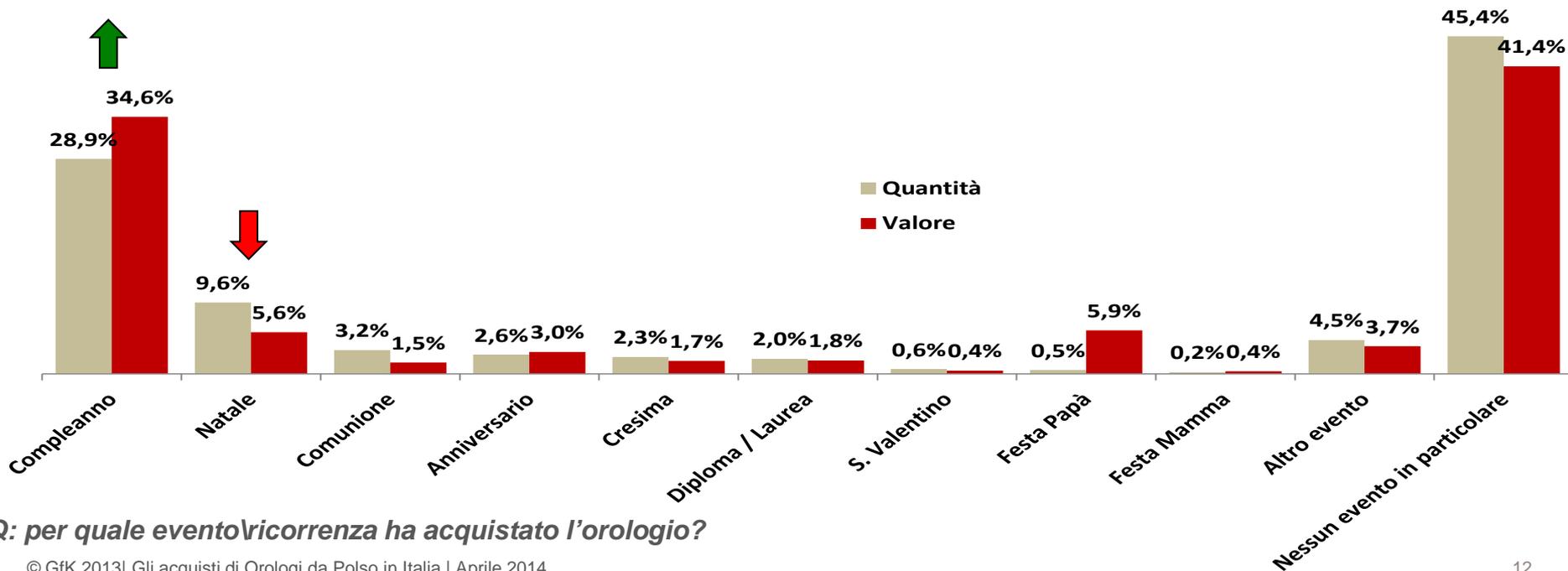
■ Quantità  
■ Valore

In flessione la spesa per orologi nell'ultima parte dell'anno



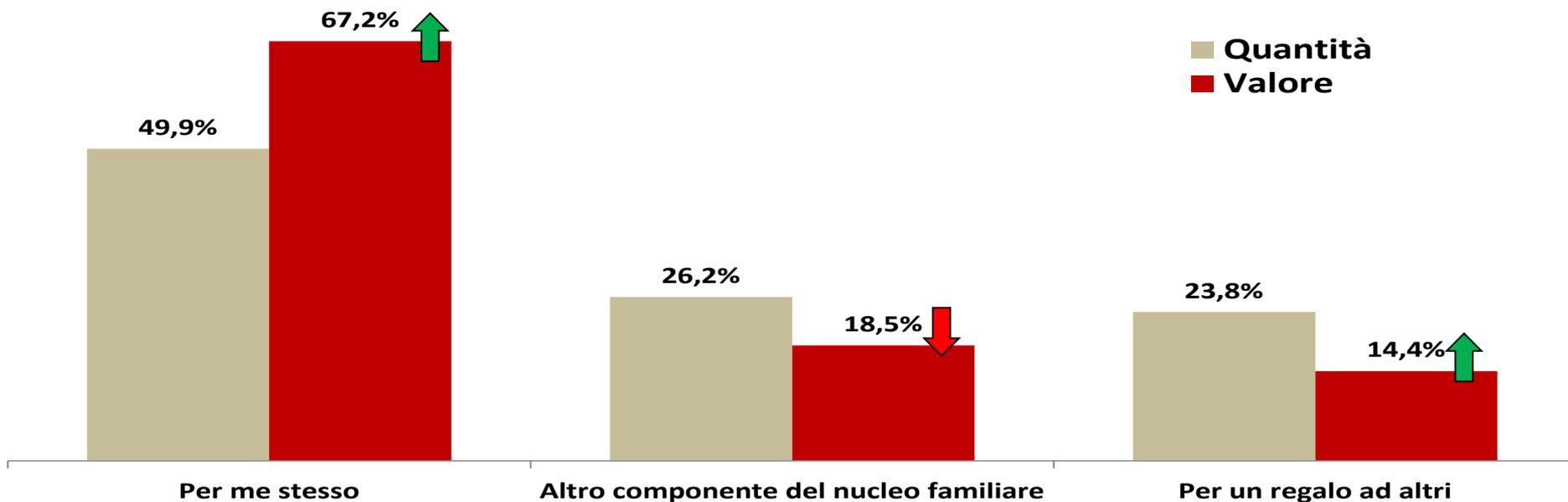
Q: in che mese ha acquistato l'orologio da polso?

## PRODOTTO ACQUISTATO: RICORRENZA/EVENTO



Q: per quale evento/ricorrenza ha acquistato l'orologio?

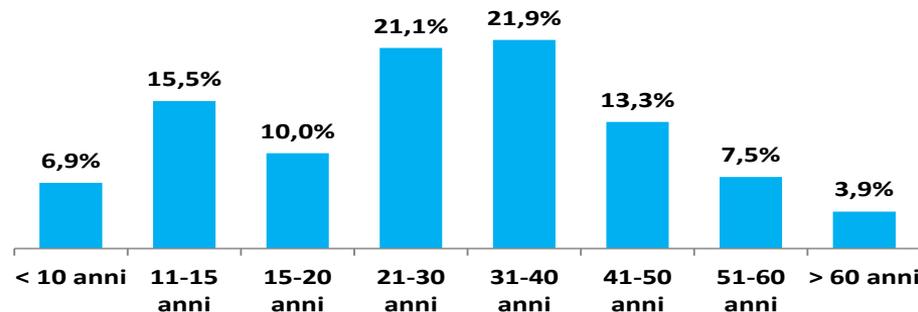
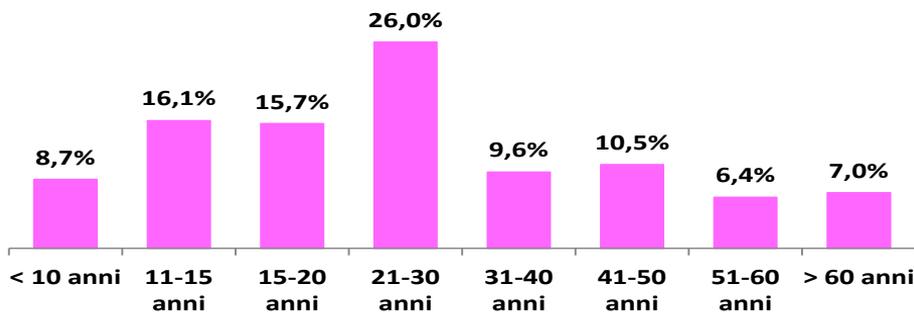
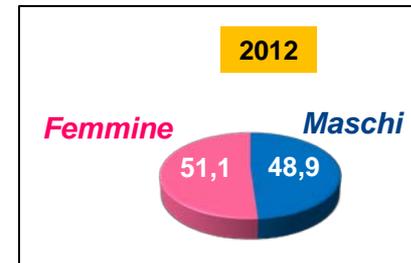
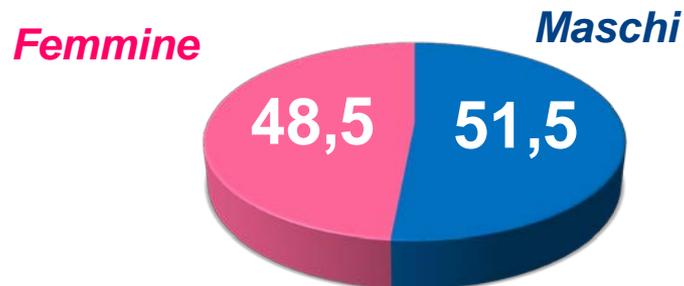
## PRODOTTO ACQUISTATO: MOTIVO DELL'ACQUISTO



Q: Per chi è stato acquistato l'orologio?

# DESTINATARIO DEL REGALO

**2013**



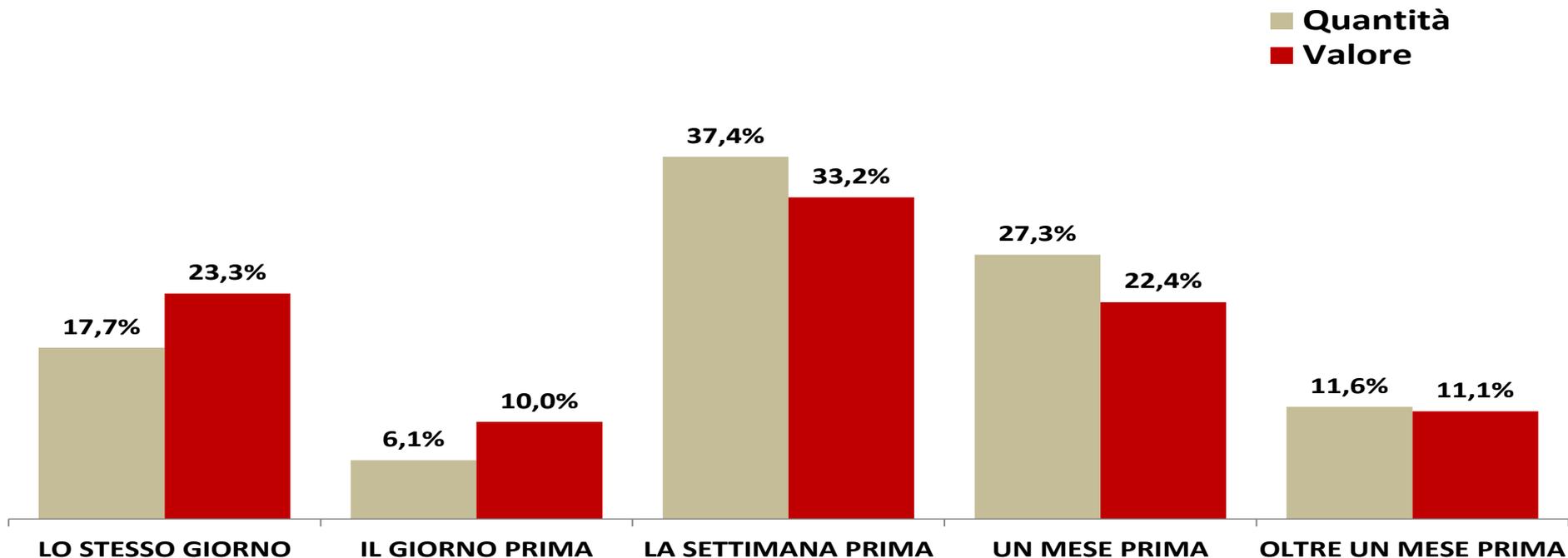
**Q: Età e sesso del destinatario del regalo?**

Gli acquisti di orologi in Italia - Indagine annuale su Panel Consumatori GfK – Anno 2013

## FASCE DI PREZZO 2013



## PRODOTTO ACQUISTATO: DECISIONE DI ACQUISTO

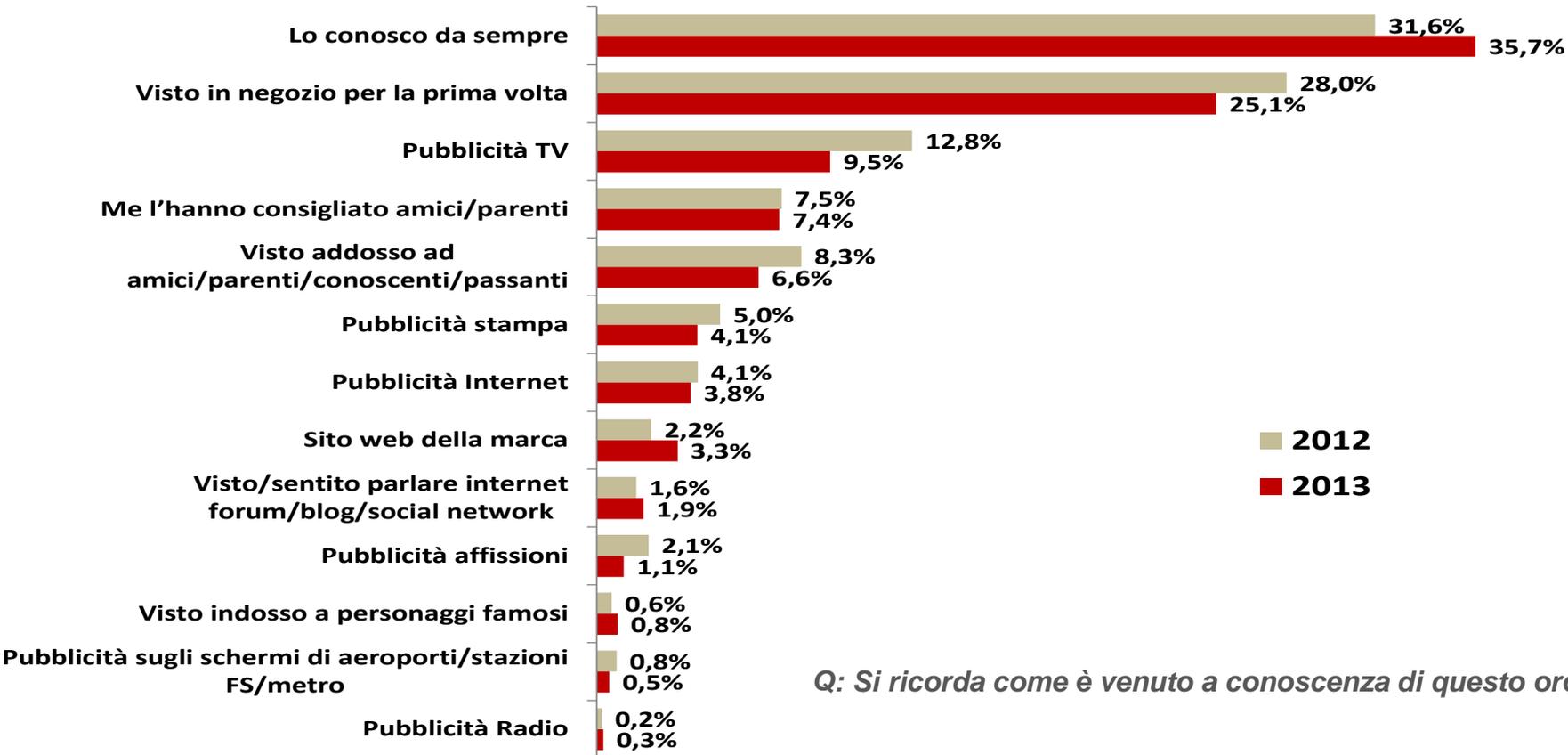


*Q: Quanto tempo prima ha deciso di acquistare l'orologio rispetto alla data effettiva di acquisto?*



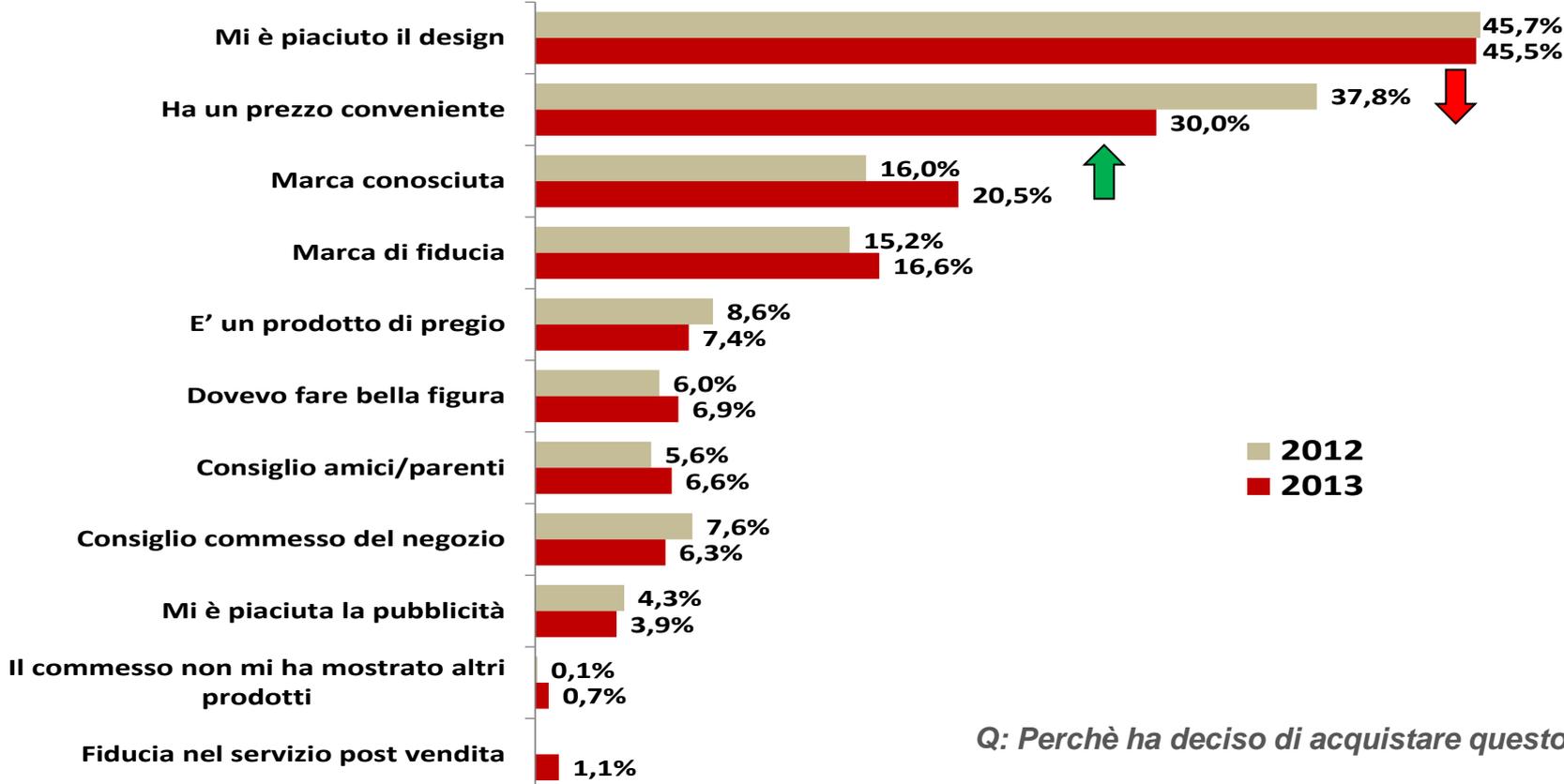
Gli acquisti di orologi in Italia - Indagine annuale su Panel Consumatori GfK – Anno 2013

# CONOSCENZA DEL PRODOTTO ACQUISTATO



Q: Si ricorda come è venuto a conoscenza di questo orologio?

# DECISIONE ALL'ACQUISTO



Q: Perché ha deciso di acquistare questo orologio?