

Il mercato italiano degli orologi da polso

*Sintesi dell'Indagine "Consumer Orologi 2025"
realizzata da NielsenIQ per ASSOROLOGI*

Milano, 25 marzo 2026

NIQ

Confidential and proprietary © 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

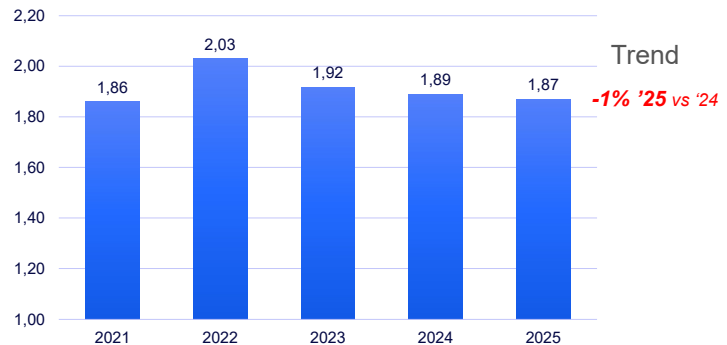
1

**Nel 2025 il
fatturato degli
orologi da polso
in Italia è pari a
1,87 Miliardi di
euro**



NIQ

Valore in Miliardi di euro 2021-2025



Elaborazione NIQ su:

- Indagine annuale su Panel Consumatori NIQ
- Retail Panel NIQ
- Fédération de l'industrie horlogère suisse FH
- Altre fonti

© 2024 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

2

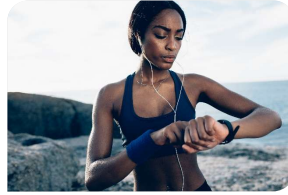
Metodologia

Gli Acquisti di Orologi in Italia - indagine annuale su Panel Consumatori NIQ-GfK - anno 2025



Tempi di rilevazione

- La rilevazione è stata effettuata nel corso del mese di **Gennaio 2026** per mezzo di un questionario somministrato all'interno del campione **Consumer Panel** di GfK



Periodo di riferimento

- Le domande si riferivano agli **acquisti di orologi da polso effettuati dagli individui nel corso dell'anno 2025** e le interviste sono state condotte a livello individuale



Il campione

- I dati di seguito riportati sono, quindi, risultato delle **dichiarazioni degli intervistati**



La rappresentatività

- Il Panel, consente di estrarre campioni rappresentativi dell'universo della **popolazione Italiana**



Confidential and proprietary © 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

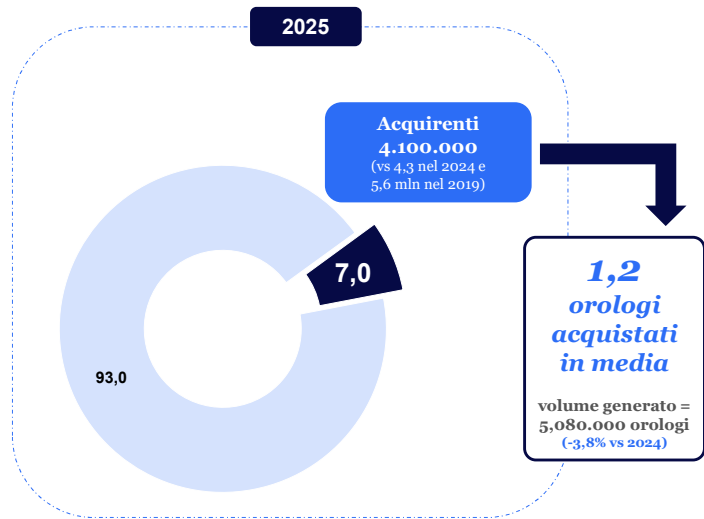
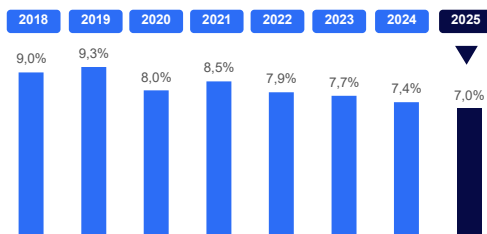
3

3

La Penetrazione degli Acquirenti - ANNO 2025

Gli Acquisti di Orologi in Italia - indagine annuale su Panel Consumatori NIQ-GfK - anno 2025

Trend % Acquirenti



D1 Durante lo scorso anno (nel 2025) ha acquistato uno o più orologi da polso (non Smartwatch) per sé, per altri o come regalo?
Base: totale campione



Confidential and proprietary © 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

4

4

Totale mercato: anni 2010 - 2025

Gli Acquisti di Orologi in Italia - indagine annuale su Panel Consumatori NIQ-GfK - anno 2025

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Volume (x1000)	7.477	7.185	6.987	6.596	6.932	6.734	6.735	6.674	6.484	6.575	5.745	5.874	5.526	5.319	5.284	5.080
Trend	+3,4%	-4,1%	-2,8%	-5,9%	+4,8%	-2,9%	0,0%	-0,9%	-2,9%	+1,4%	-14,4%	+2,2%	-6,3%	-3,9%	-0,7%	-3,8%
Valore (miliardi €)	1,23	1,18	1,14	1,15	1,26	1,41	1,49	1,46	1,37	1,33	1,23	1,29	1,34	1,3	1,28	1,29
Trend	-1,30%	-3,5%	-3,6%	+0,5%	+9,6%	+11,9%	+5,7%	-2,2%	-6,2%	-2,9%	-7,5%	+4,9%	+3,9%	-3,0%	-1,5%	+0,8%
Prezzo medio	164	165	163	174	183	209	223	220	212	203	215	219	247	244	243	254
Penetrazione acquirenti	10,7%	10,5%	10,0%	9,8%	10,1%	9,4%	9,2%	9,3%	9,0%	9,3%	8,0%	8,5%	7,9%	7,7%	7,4%	7,0%



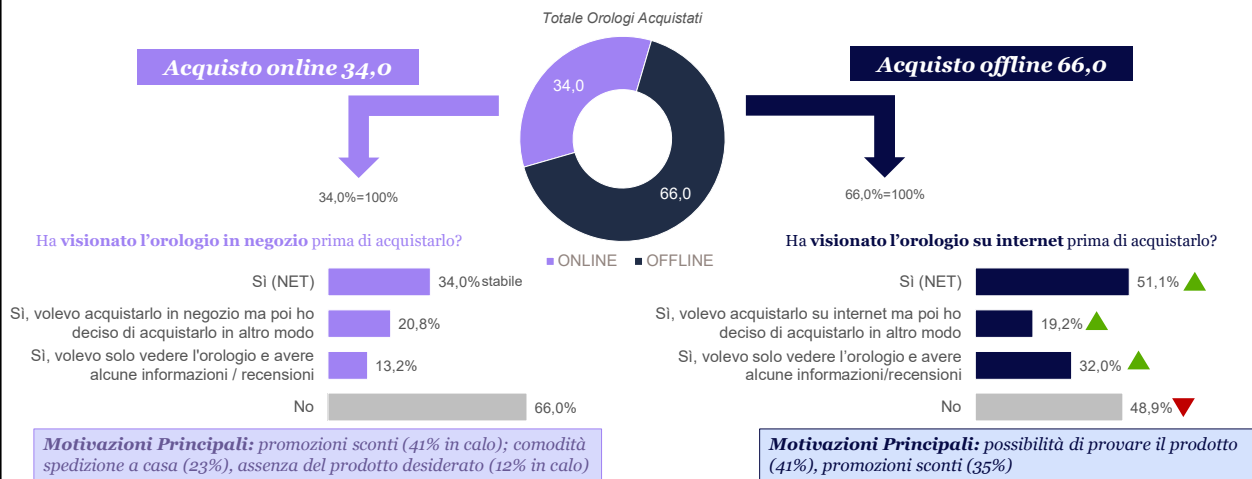
Confidential and proprietary © 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

5

5

I canali di acquisto: ONLINE vs OFFLINE

Gli Acquisti di Orologi in Italia - indagine annuale su Panel Consumatori NIQ-GfK - anno 2025



D8 Dove ha acquistato l'orologio? Online Vs Offline
 D89a (online) Ha visionato l'orologio in un negozio prima di acquistarlo via Internet?
 D89c (offline) Ha visionato l'orologio su Internet (siti online, recensioni, blog, ...) prima di acquistarlo?
 Base: acquirenti di orologi nel 2025

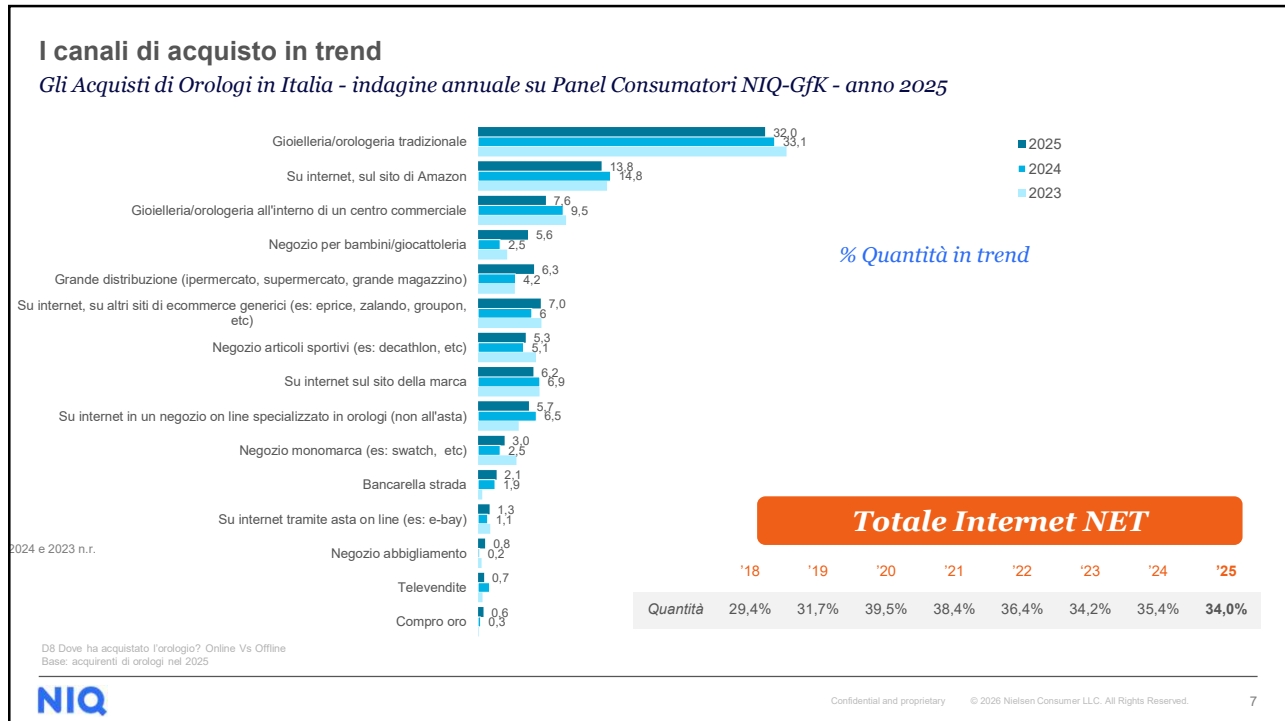


Trend vs 2024 ▲▼

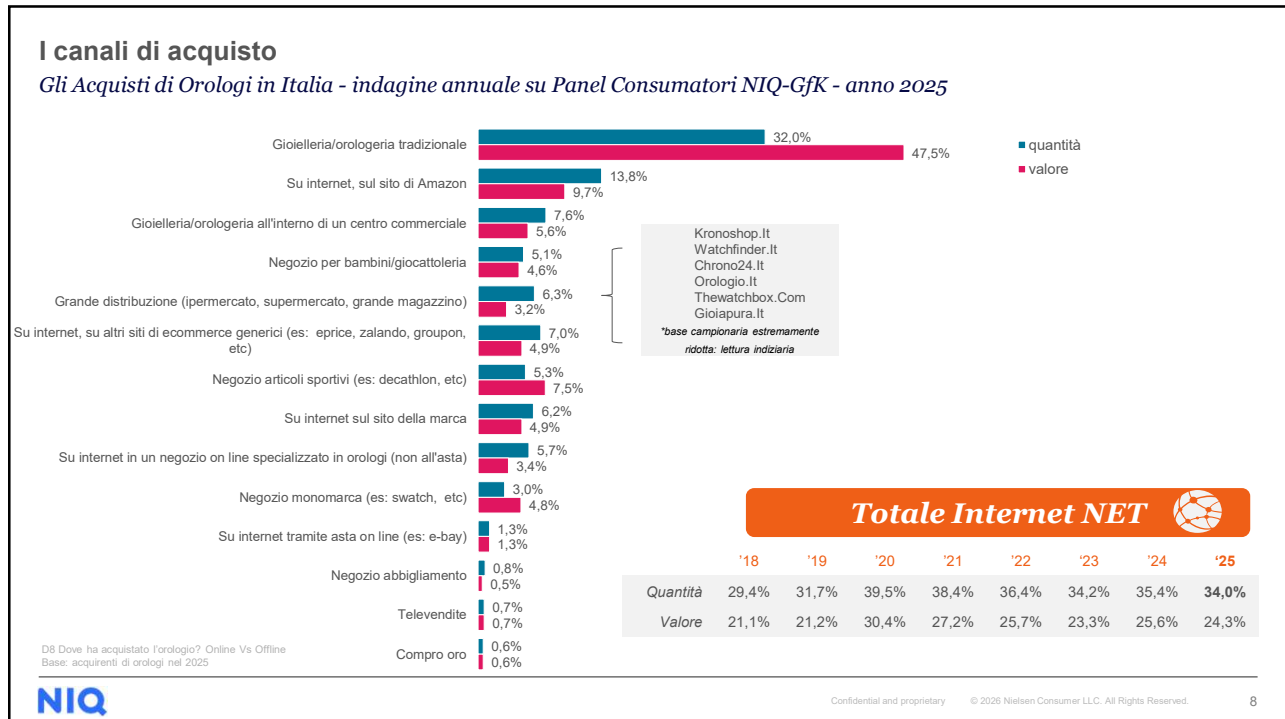
Confidential and proprietary © 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

6

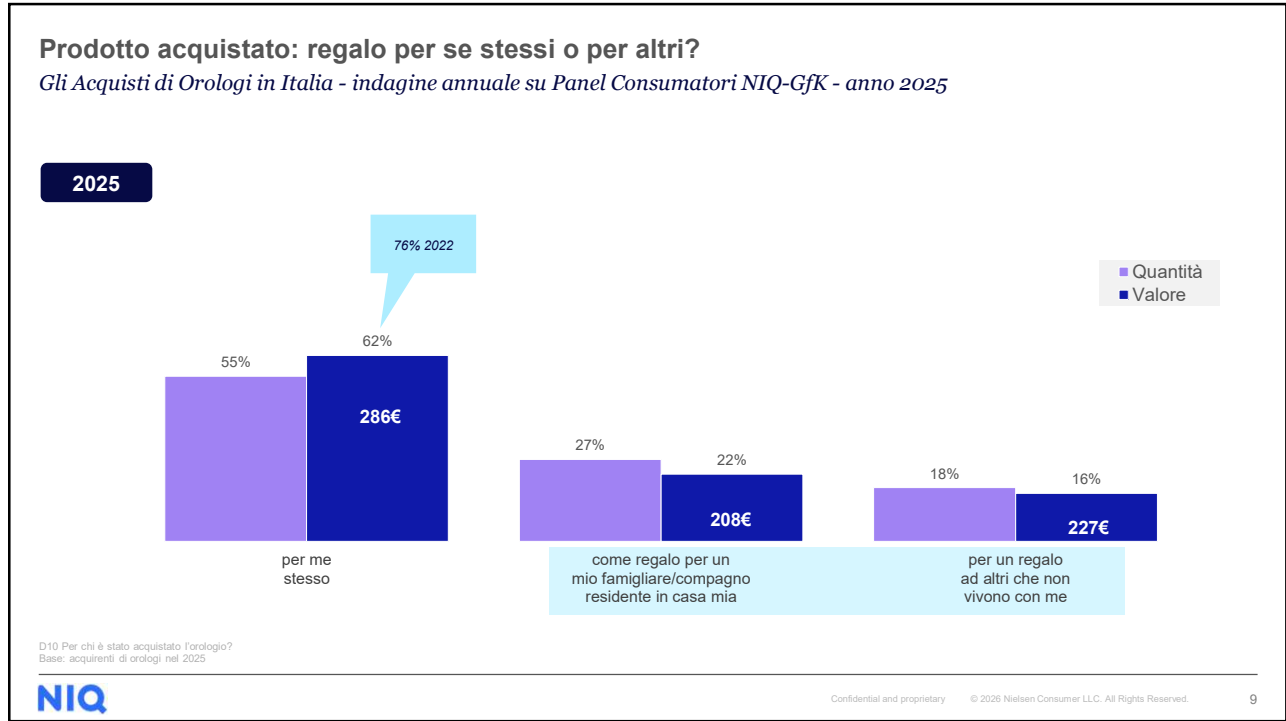
6



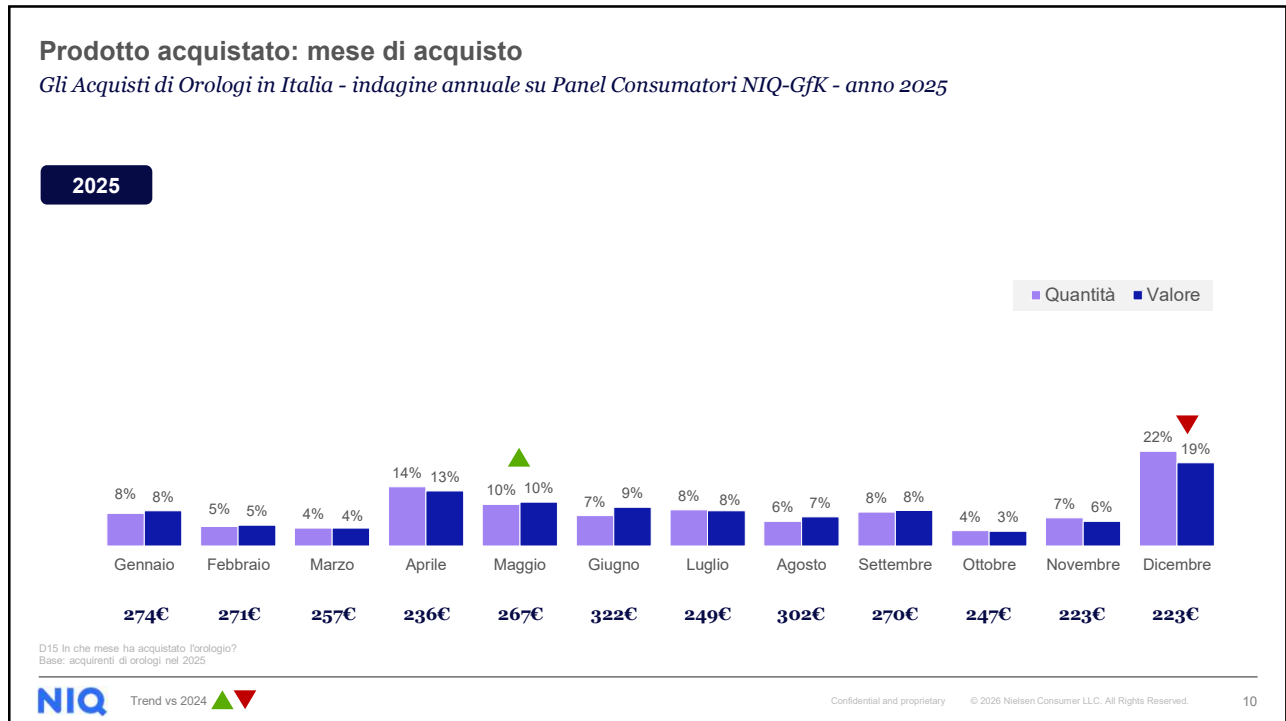
7



8



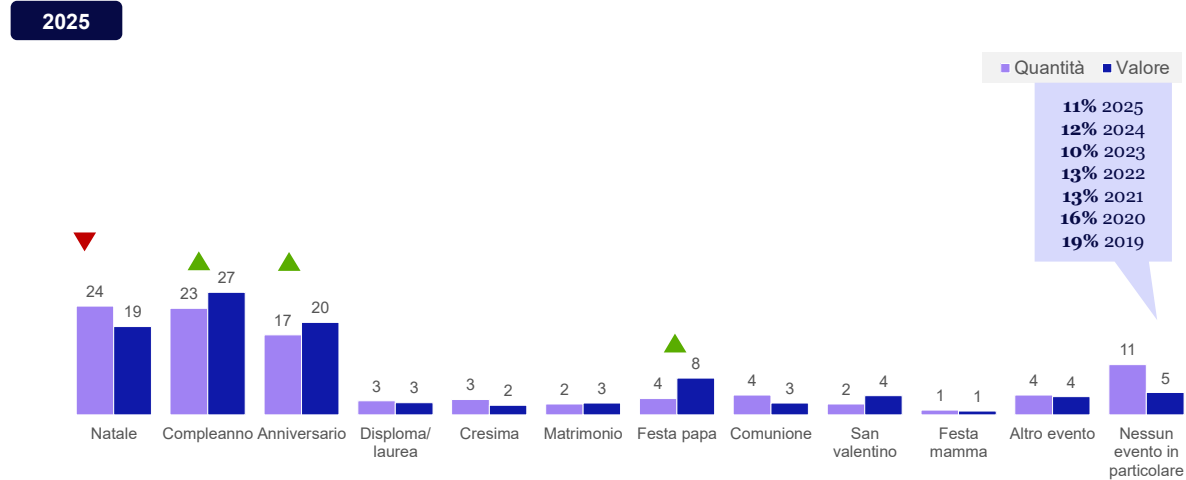
9



10

Regalo, per quale ricorrenza?

Gli Acquisti di Orologi in Italia - indagine annuale su Panel Consumatori NIQ-GfK - anno 2025



D16 Per quale evento/ricorrenza ha acquistato l'orologio?
 Base: acquirenti di orologi nel 2025



Trend vs 2024 ▲ ▼

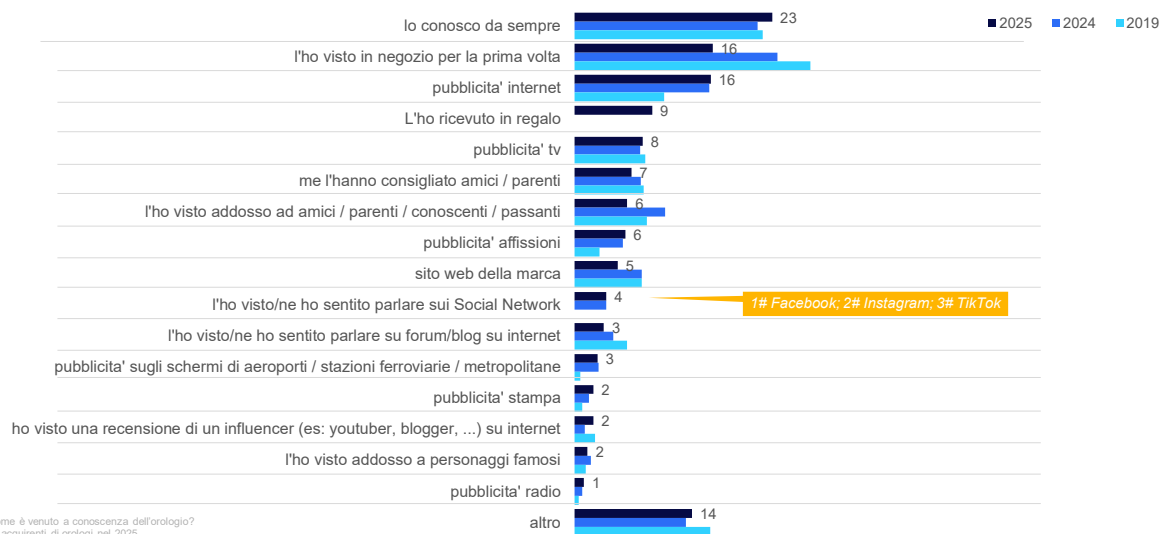
Confidential and proprietary © 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

11

11

Touch Points Informativi (in Trend)

Gli Acquisti di Orologi in Italia - indagine annuale su Panel Consumatori NIQ-GfK - anno 2025



D4 Come è venuto a conoscenza dell'orologio?
 Base: acquirenti di orologi nel 2025



Confidential and proprietary © 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

12

12

Principali driver di acquisto

Gli Acquisti di Orologi in Italia - indagine annuale su Panel Consumatori NIQ-GfK - anno 2025

2025	2024	2023	2022	2021
Design 31%	Design 34%	Design 32%	Design 32%	<i>Design Brand</i> 30%
Brand 26%	Brand 27%	Brand 31%	Brand 29%	
Price 25%	Price 25%	Price 26%	Price 24%	Price 23%

D4Q_2025: In quali di questi motivi è stato importante nella scelta del suo orologio?
Base: risponditori almeno uno smartwatch



Trend vs 2024 ▲ ▼

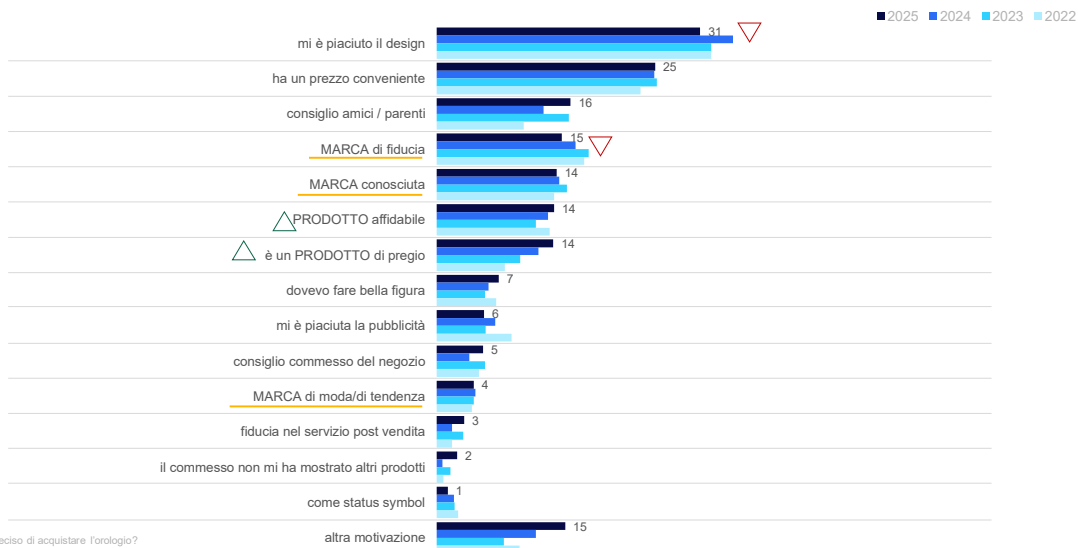
Confidential and proprietary © 2025 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

13

13

Driver di acquisto (in Trend)

Gli Acquisti di Orologi in Italia - indagine annuale su Panel Consumatori NIQ-GfK - anno 2025



D5 Perché ha deciso di acquistare l'orologio?
Base: acquirenti di orologi nel 2025



Trend vs 2024 ▲ ▼

Confidential and proprietary © 2025 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

14

14

Gli Acquisti di Orologi in Italia - indagine annuale su Panel Consumatori NIQ-GfK - anno 2025

Possiede uno Smartwatch

%
uomini 52% (-5%vs 2020)
donne 48% (+5%vs 2020)

Possiede uno Smartwatch

%
<35 anni 18% (-10%vs 2020)
35-54 anni 47% (+3%vs 2020)
55anni e + 35% (+7% vs 2020)



D29new Lei conosce, anche solo per averne sentito parlare, questo tipo di orologi?
D30new (se conoscono bene) E Lei personalmente possiede uno Smartwatch?
Base: totale campione, conoscono bene gli smartwatch

NIQ

Confidential and proprietary © 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

15

15

La scelta dello smartwatch: i driver

Gli Acquisti di Orologi in Italia - indagine annuale su Panel Consumatori NIQ-GfK - anno 2025

Per quale motivo ha scelto uno smartwatch?

2024



Cresce l'importanza della performance di prodotto

D40_2025 Indichi quali di questi motivi è stato importante nella scelta del suo smartwatch
Base: acquirenti di uno smartwatch negli ultimi 12 mesi

NIQ

Trend vs 2024 ▲ ▼

Confidential and proprietary © 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

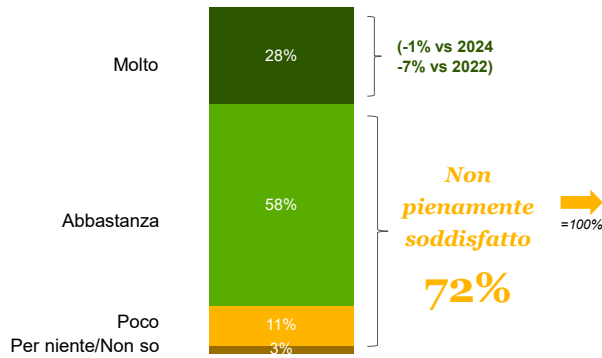
16

16

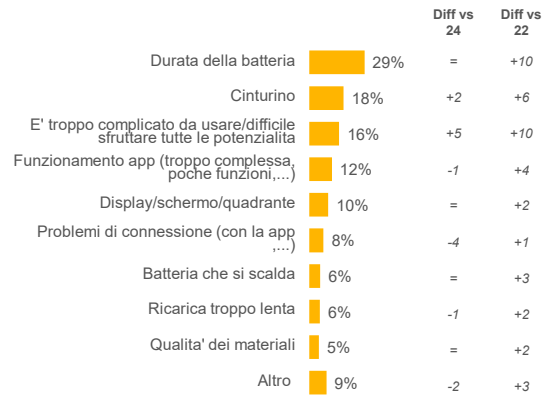
Likes e dislikes

Gli Acquisti di Orologi in Italia - indagine annuale su Panel Consumatori NIQ-GfK - anno 2025

Soddisfazione



Motivi di insoddisfazione



D50 Quanto è soddisfatto complessivamente del suo smartwatch?
 D51 In particolare cosa non la soddisfa?
 Base: possiedono almeno uno smartwatch; non pienamente soddisfatti dello smartwatch



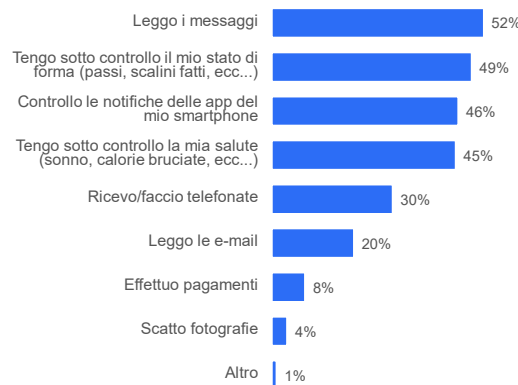
17

I motivi di utilizzo dello smartwatch

Gli Acquisti di Orologi in Italia - indagine annuale su Panel Consumatori NIQ-GfK - anno 2025

I motivi di utilizzo

Base: attuali possessori di uno Smartwatch



D33new Quali delle seguenti azioni le capita di svolgere con il suo Smartwatch?
 Base: possiedono almeno uno smartwatch



18

Gli Acquisti di Orologi in Italia - indagine annuale su Panel Consumatori NIQ-GfK - anno 2025



Ha acquistato uno smartwatch negli ultimi 12 mesi

4,5%

+0,2% vs 2024

Ca 2,6 milioni di acquirenti

D30new2 Durante lo scorso anno (nel 2025) ha acquistato uno o più smartwatch per sé, per altri o come regalo?
Base: totale

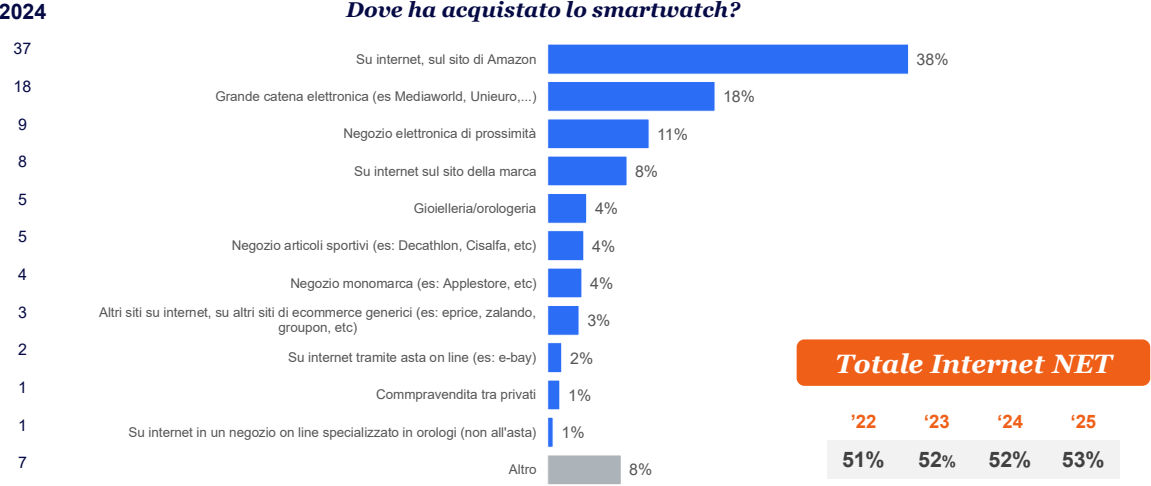
NIQ Confidential and proprietary © 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved. 19

19

Il luogo d'acquisto dello smartwatch

Gli Acquisti di Orologi in Italia - indagine annuale su Panel Consumatori NIQ-GfK - anno 2025

2024 **Dove ha acquistato lo smartwatch?**



Canale	Percentuale
Su internet, sul sito di Amazon	38%
Grande catena elettronica (es Mediaworld, Unieuro,...)	18%
Negozi elettronici di prossimità	11%
Su internet sul sito della marca	8%
Gioielleria/orologeria	4%
Negozi articoli sportivi (es: Decathlon, Cisaifa, etc)	4%
Negozi monomarca (es: Applestore, etc)	4%
Altri siti su internet, su altri siti di ecommerce generici (es: eprice, zalando, groupon, etc)	3%
Su internet tramite asta on line (es: e-bay)	2%
Compravendita tra privati	1%
Su internet in un negozio on line specializzato in orologi (non all'asta)	1%
Altro	8%

Totale Internet NET

	'22	'23	'24	'25
Internet	51%	52%	52%	53%

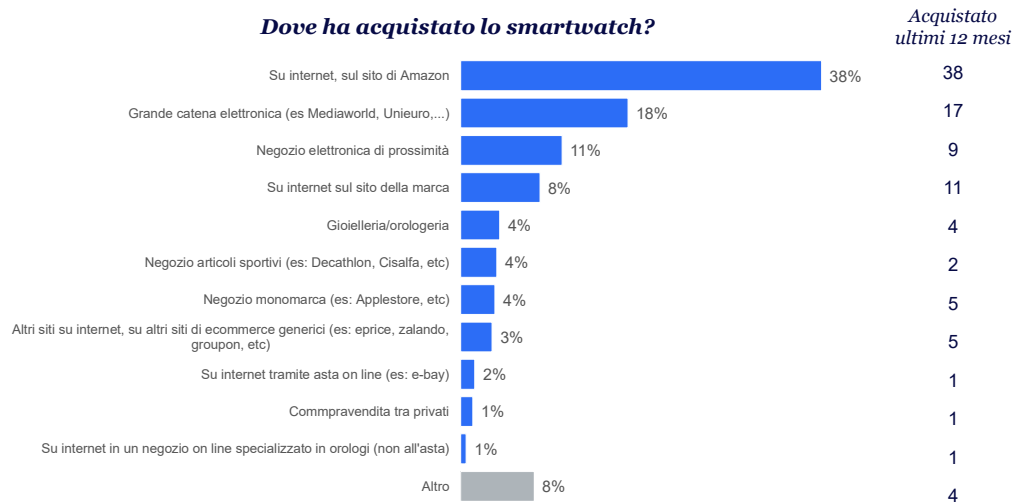
D41new Dove ha acquistato Smartwatch? Se ne ha acquistato più di uno, indichi dove ha acquistato quello che usa più spesso
Base: ha acquistato uno smartwatch nel 2025

NIQ Confidential and proprietary © 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved. 20

20

Il luogo d'acquisto dello smartwatch

Gli Acquisti di Orologi in Italia - indagine annuale su Panel Consumatori NIQ-GfK - anno 2025



D41new Dove ha acquistato Smartwatch? Se ne ha acquistato più di uno, indichi dove ha acquistato quello che usa più spesso
Base: ha acquistato uno smartwatch nel 2025

NIQ

Confidential and proprietary © 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

21

21

Gli Acquisti di Orologi in Italia - indagine annuale su Panel Consumatori NIQ-GfK - anno 2025

Quota orologi di secondo polso su totale (volume)

11% Degli orologi da polso tradizionali è di secondo polso (+3% rispetto al 2024)



9% Degli smartwatch è di secondo polso (+2% rispetto al 2024)



D2a Ed era un orologio nuovo oppure di «secondo polso» (usato)? D2b Ed erano orologi nuovi oppure di «secondo polso» (usati)?
D64_2025 Lei ha mai preso in considerazione l'acquisto di uno smartwatch di secondo polso?
Base: totale campione

NIQ

Confidential and proprietary © 2026 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

22

22