



## La distribution de montres en France : Moderniser et diversifier les concepts de magasins

- L'état du marché et les perspectives de croissance
- Analyse concurrentielle par segment de marché
- Performances financières du secteur
- Décryptage des différents modèles de création de valeur
- Positionnements des différents opérateurs sur le Net et facteurs clefs de succès
- Stratégies de croissance et de différenciation
- Les enjeux du multicanal et de la stratégie d'enseignes
- Analyse des marques et de leur identité

### La meilleure synthèse pour stimuler la réflexion et préparer les décisions ; des entretiens en face-à-face et plus de 470 pages d'analyses et données pour étayer les conclusions

Les travaux de recherche et d'analyse ont été dirigés par Frank Benedic, directeur d'études au sein du cabinet Precepta et spécialiste du luxe et des problématiques de distribution. Frank Benedic a publié au cours des dernières années de nombreuses études sur le secteur du luxe et de la distribution. La direction méthodologique a été assurée par Jean-Pierre Détrie, conseiller scientifique de PRECEPTA, professeur au sein du groupe HEC, créateur du Mastère Strategic Management du groupe HEC, coordinateur de STRATEGOR. Quant à la réflexion sur l'image et l'identité des distributeurs de montres, elle a été dirigée par Claude Meillet, consultant en stratégie d'image.

L'étude a été menée sur la base d'entretiens en face-à-face avec de nombreux dirigeants du secteur. Ils ont été complétés par l'accès systématique à toutes les bases de données disponibles au sein du groupe Xerfi. Ces travaux de recueil d'informations, d'entretiens en face-à-face et d'analyse ont été effectués entre décembre 2007 et mars 2008.

#### PRECEPTA, STIMULATEUR DE STRATEGIES

Les experts sectoriels de PRECEPTA ont pour vocation d'apporter aux dirigeants d'entreprises des analyses stimulantes pour élaborer leurs décisions. Les études sont réalisées avec la plus grande rigueur professionnelle, une indépendance d'esprit totale et la volonté de clarifier et d'aiguillonner la réflexion stratégique. PRECEPTA a accumulé plus de 20 ans d'expérience dans l'analyse des stratégies d'entreprises et de leur environnement concurrentiel. Son intégration dans le groupe Xerfi en 2004 lui a permis de renforcer ses moyens d'investigation et d'accéder aux meilleures sources de données.

Le groupe Xerfi, leader français des études sur les secteurs et les entreprises, apporte aux décideurs les analyses indispensables pour surveiller l'évolution des marchés et de la concurrence, décrypter les stratégies et les performances des entreprises, en France comme à l'international. Le site xerfi.com met ainsi en ligne le plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises.