

## I CANALI DI ACQUISTO DI OROLOGI DA POLSO: 2012 (quantità, valore, %)



quantità    valore

Volume (/1.000)

Gioielleria/orologeria  
tradizionale (%)

Gioielleria/orologeria  
in centro comm. (%)

Negozi monomarca (%)

Negozi articoli sport (%)

Grande distribuzione (%)

Negozi abbigliamento (%)

Negozi bambini/giocattoli (%)

Internet asta (%)

Internet negozio on line (%)

Televendite (%)

Bancarella/strada (%)

Altro (%)

Fonte: elaborazione **Largo Consumo** su dati GfK