FICHE MARCHÉ

Le marché de la lunette à Singapour

Un marché en plein essor, dopé par la « premiumisation » du secteur

Avec **une croissance de 9%** entre 2013 et 2014, la valeur totale des ventes de lunettes est de 89M EUR en 2014.

Les ventes de verres et les ventes de montures connaissent la plus grande croissance avec chacune une progression de 8% en 2014 pour atteindre respectivement une valeur totale de 38M EUR et 44,5M EUR.

Ventes de lunettes par catégories en EUR (Source : Euromonitor International)

	2013	2014	Croissance 2013 - 2014
Montures	41M	44,5M	8%
Verres	35M	38M	8%
Lunettes de soleil	6,5M	7M	7%
Lunettes de lecture	260 000	260 000	0%

Les Singapouriens jouissant d'un niveau de vie élevé en comparaison de leurs voisins (PIB par habitant de 49 500 EUR en 2014), sont de plus en plus enclins à payer un prix élevé pour obtenir des produits de qualité, de style ou de marque. **Singapour, importante vitrine régionale, est un marché à fort potentiel, particulièrement pour les lunettes haut de gamme et de marques de luxe.**

Importations de lunettes à Singapour par catégorie (source : GTA)

Montures de lunettes ou d'articles similaires, et leurs parties en milliers EUR (HS9003)			Lunettes (correctrices, protectrices ou autres) et articles similaires en milliers EUR (HS 9004)		
Rang	Pays	2014	Rang	Pays	2014
	Global	**40 133**		**Global**	**59 783**
1	Chine	11 596	1	Italie	29 579
2	Italie	7 880	2	Chine	13 330
3	Hong Kong	4 146	3	Etats-Unis	2 598
4	France	3 044	4	France	2 450

La Chine est un des principaux fournisseurs de verres et de montures de Singapour, suivie de près par l'Italie, Hong-Kong et la France.

Principaux acteurs et réseaux de distribution

Le groupe italien Luxottica est leader sur le marché singapourien. Forte de la renomée internationale de ses marques (Ray-Ban, Chanel, Prada, Versace, Armani, D&G, Oakley…), la société détient 22% de parts de marché (PDM) à Singapour en 2013. Avec 16% de PDM, **l'entreprise italienne Safilo seconde Luxottica** en proposant, d'une part, des produits premiums, et d'autre part, des produits plus accessibles, destinés aux acheteurs qui portent moins d'intérêt aux marques. **C'est la société française Essilor qui occupe la 3e place du marché singapourien avec 11% de PDM.** Cette dernière a su se différencier en proposant des modèles de verres innovants.

Le réseau de distribution sur le marché singapourien de la lunette est traditionnel. En effet, 98% des ventes de lunettes se font en magasin, dont 90% chez des magasins-opticiens (trois leaders sur le marché) et 8% en grand magasin. L'opticien, qui peut donner des conseils et faciliter le choix, reste l'option favorite. Néanmoins, le marché est en cours de réglementation et il faut désormais un diplôme d'optométriste pour ouvrir un

© 2015 – BUSINESSFRANCE

magasin d'optique. Enfin, **2% des ventes se font aujourd'hui via internet** (qui offre davantage de choix, des prix plus compétitifs…) et le nombre de clients qui commandent en ligne continue d'augmenter.

Tendances

Le vieillissement de la population est un des défis majeurs auxquels Singapour doit faire face. Depuis quelques années, l'âge moyen de la population a augmenté d'un an tous les deux ans pour atteindre 39 ans en 2013. C'est une des raisons pour lesquelles le marché de la lunette est en plein essor (croissance de 3% du segment des « lunettes de lectures prêt à l'emploi » en 2013). A cela s'ajoute le fait que **Singapour est un pays très touché par la myopie**. L'utilisation excessive des smartphones et des tablettes dès le plus jeune âge tend à amplifier ce problème. Le gouvernement a d'ailleurs mis en place des mesures et des campagnes d'information pour détecter les problèmes de myopie chez les enfants.

Le secteur des lunettes à Singapour peut également compter sur **le nombre toujours croissant de touristes (15,6 M de touristes en 2013, 7% de plus qu'en 2012)** à la recherche des grandes marques internationales, notamment pour les lunettes de soleil qui ont un fort potentiel de développement compte tenu du climat tropical. Parmi ces visiteurs, nombreux sont ceux qui, venus faire du tourisme médical et profiter de la spécialisation de Singapour dans la prévention, le diagnostic et la correction de la myopie, sont prêts à repartir chez eux avec de nouvelles lunettes.

Même si les enseignes internationales dominent le marché, une partie des parts de marché n'est pas détenue par des grands groupes, ce qui laisse la **possibilité aux marques indépendantes de se développer.** C'est par exemple le cas de la marque coréenne « grafik :plastic » qui connaît une vraie réussite avec le récent succès de la K-Pop.

Pour le consommateur singapourien sophistiqué, les lunettes sont plus qu'un simple outil améliorant la vue, elles sont un accessoire que l'on change en fonction de son style et de son humeur et font partie intégrante du look. **Ainsi les magasins de lunettes continuent d'élargir leur gamme de produits premiums afin de répondre à cette demande croissante.**

A noter dans vos agendas

Participez aux « Rencontres Acheteurs - Marché de la Lunette - Singapour et Indonésie - octobre 2015 »

Pour aller plus loin dans votre prospection

BUSINESS FRANCE vous propose de faciliter vos négociations avec les bons interlocuteurs étrangers pour développer de nouveaux marchés grâce à des prestations sur mesure (participation à un pavillon France, rencontre d'acheteurs, présentation de produits, mission de prospection individuelle, test sur l'offre…)

Pour toute information relative à ce secteur d'activité, contacter :

Karine Gresset-Cognon, Conseillère Export – karine.gresset-cognon@businessfrance.fr– +65 6880 7827

Retrouvez le détail de nos prestations sur www.businessfrance.fr

© 2015 – Business France
Toute reproduction, représentation ou diffusion, intégrale ou partielle, par quelque procédé que ce soit, sur quelque support que ce soit, papier ou électronique, effectuée sans l'autorisation écrite expresse de BUSINESS FRANCE, est interdite et constitue un délit de contrefaçon sanctionné par les articles L. 335-2 et L. 335-3 du code de la propriété intellectuelle.

Clause de non-responsabilité
BUSINESS FRANCE ne peut en aucun cas être tenu pour responsable de l'utilisation et de l'interprétation de l'information contenue dans cette publication dans un but autre que celui qui est le sien, à savoir informer et non délivrer des conseils personnalisés.
Les coordonnées (nom des organismes, adresses, téléphones, télécopies et adresses électroniques) indiquées ainsi que les informations et données contenues dans ce document ont été vérifiées avec le plus grand soin. Toutefois, BUSINESS FRANCE ne saurait en aucun cas être tenu pour responsable d'éventuels changements.
Prestation réalisée sous système de management de la performance certifiée BVC ISO 9001 : 2008

Auteur :
BUSINESS FRANCE Singapour

Adresse :
101 – 103 Cluny Park Road Singapore 259595

Rédigée par : Emmanuel de CORAL

Revue par : Amy ZHU-SAVOYE

Version : 04/06/2015