НАША ГАЗЕТА
nashagazeta.ch

Опубликовано на Швейцария: новости на русском языке (https://nashagazeta.ch)

Сладкая жизнь перешла в горькое разочарование | Le goût amer du chocolat

Auteur: Людмила Клот, Женева , 04.09.2009.

Вот как делается шоколад в рекламе (© lindt.com)

Продажи знаменитого швейцарского шоколада Lindt упали за последние месяцы почти на 90 %. В ответ фирма меняет стратегию: закрывает две трети своих магазинов в Америке и объявляет Россию главной зоной своих интересов.

|
Lindt & Sprungli victimes de la crise : les ventes chutent et des magasins ferment.
Le goût amer du chocolat

Швейцарская компания Lindt & Sprungli уже больше ста лет изготавливает и продает дорогой шоколад высокого качества. Она входит в десятку крупнейших производителей шоколада. Последние несколько лет стали для фирмы рекордными по уровню продаж и прибыли. А 2009 год - сложным, причем о предстоящем кризисе руководство догадывалось заранее, но не представляло его масштабов. Доход шоколадной фабрики Lindt & Sprüngli в 1 семестре 2009 года сократился на 88,2% и составил 2,7 млн. франков, - объявила в своем отчете фирма, которая располагается в Кильшберге, кантон Цюрих.

Конкурировать элитному шоколаду Lindt приходится с производителями сегмента массового рынка, такими, как Nestle. Так как покупатели во всем мире пересматривают сейчас свои траты и отдают предпочтение более дешевым брендам, а производители элитного шоколада, в продукции которых содержание какао выше всего, не могут позволить себе в кризис перейти на более дешевое сырье низкого качества, они вынуждены менять тратегию работы.

Lindt & Sprungli закрывает в этом году 50 из своих 80 специализированных бутиков в США (первые шоколадные бутики Lindt появились в США в 1994 году). Сохранятся несколько фирменных магазинов в дорогих районах больших городов, а также магазины в торговых центрах, где покупателям предоставляются скидки. Причем сама работа по избавлению от бутиков в США и реорганизации системы продаж обошлась в 22 млн. франков.

Одним из важнейших рынков сбыта для шоколада Lindt должна стать Россия (наряду с ЮАР, Китаем и Мексикой). Европейские эксперты высоко оценивают потенциал россиян в качестве потребителей шоколадной продукции. Например, в Европе существуют страны-лидеры по уровню насыщения шоколадом: это Германия, Швейцария и Бельгии. Здесь потребление его превышает 10 кг на человека в год и вряд ли может быть увеличено. В России же этот показатель колеблется в районе 5 кг и быстро растет - в нашего человека можно «вкормить» много шоколада, было бы желание и финансовые возможности.

Судить о реакции российских потребителей шоколада на кризис пока сложно. С одной стороны, газета «Ведомости» ссылается на данные Ассоциации предприятий кондитерской промышленности, которые напоминают, что после кризиса 1998 года потребление сладкого в России заметно упало.

А с другой - магия шоколада все-таки существует. Пока большинство производителей шоколада, работающих на российском рынке, не отмечают и не готовятся к падению продаж, даже несмотря на рост цен, вызванный девальвацией рубля. Продажи 2008 года даже демонстрировали рост спроса.

Как показывают соцопросы, проведенные в конце 2008 года компанией «Комкон», россияне собираются в первую очередь экономить на мясных и рыбных деликатесах, колбасе и мясе. Шоколад относится к группе товаров, потребление которых будет сокращаться далеко не в первую очередь. Однако это не означает, что потребитель не предпочтет в итоге более дешевый российский шоколад. А дорогой швейцарский Lindt достанется туристам, которые приезжают полюбоваться на Альпийские горы тоже несколько реже, как прежде.

Для справок:

История марки началась в 1845 году, впрочем, тогда она носила другие имя. У кондитера Давида Шварца-Шпрюнгли был магазин и предприимчивый сын Амманн, купивший шоколадную фабрику. У него, в свою очередь, тоже было два умных сына. Они и стояли у истоков семейного бизнеса: в конце 1890-х годов, получив дело отца, сыновья Аммана приобрели и кондитерскую фабрику Рудольфа Линдта, изысканная и качественная продукция которого была уже известна в Швейцарии. Сохранив имя прежнего владельца, они за короткий срок увеличили оборот продукции и в дальнейшем продолжали успешно развивать этот бренд 19 века.

Самый значительный кризис Lindt & Sprüngli пережили в период между 1920 и 1945 годами. Глобальная экономическая депрессия 20-30 годов прошлого века повлекла потерю экспортного рынка, а во время Второй мировой войны запрещено было свободно импортировать сахар и какао. Но ни война, ни депрессия не уничтожили Lindt - после реорганизации фирма вновь начала расширяться и завоевывать международный продовольственный рынок, а также сердца и желудки любителей хорошего шоколада.

отношения сша и швейцарии

Source URL:
http://nashagazeta.ch/news/economie/sladkaya-zhizn-pereshla-v-gorkoe-razocharovanie