

НАША ГАЗЕТА

 nashagazeta.ch

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

За часами - в бутик | Acheter une montre dans une boutique

Author: Заррина Салимова, [Берн](#) , 23.11.2023.



Часы в витрине одного из бутиков на цюрихской Банхофстрассе. Фото: Christian Wiediger, Unsplash

Несмотря на наблюдаемый во время пандемии бум онлайн-продаж, розничные магазины по-прежнему популярны среди покупателей часов.

|

Malgré l'essor des ventes en ligne observé pendant la pandémie, les boutiques restent populaires auprès des acheteurs de montres.

Acheter une montre dans une boutique

Одним из побочных эффектов пандемии стала «принудительная» цифровизация, затронувшая все сферы жизни, но больше всего – коммерцию. Бурный рост онлайн-продаж заставил некоторых экспертов начать сомневаться в будущем физических магазинов и предсказывать их скорую неминуемую кончину. Сейчас можно с уверенностью сказать: в отношении часовых бутиков эти мрачные прогнозы не сбылись.

Как сообщает *Le Temps* со ссылкой на недавнее исследование Deloitte, 52% покупателей, то есть более чем каждый второй, предпочитают покупать часы своей мечты в бутике. Это меньше, чем в 2022 году, когда этот показатель составлял 58%, однако совершать покупки в магазине остается нормой для большинства клиентов, и в ближайшее время ситуация вряд ли изменится.

В частности, согласно опросу Deloitte, проведенному среди руководителей занимающихся продажей предметов роскоши компаний и потребителей, 62% брендов и ритейлеров ожидают, что в ближайшие пять лет оффлайновые продажи будут по-прежнему опережать онлайн-продажи. При этом доля онлайн-торговли в часовой индустрии растет, хотя и медленно: этот показатель все еще далек от 30%, прогнозируемых на 2030 год.

По мнению экспертов, популярность магазинов объясняется тем, что клиенты ожидают высокого уровня обслуживания, а большинство веб-сайтов не оправдывают их ожиданий. Это наблюдение относится к представителям всех поколений, включая самых молодых. Свою роль играет и наличие бутиков: американские потребители предметов роскоши, например, чаще делают онлайн-заказы, чем европейцы. Кроме того, чем выше цена, тем чаще покупатели отдают предпочтение бутикам.

«Возрождению» бутиков способствовали и часовые ярмарки. Еще несколько лет назад все говорили о том, что они устарели. Но новый формат женевской выставки [Watches & Wonders](#) оказался невероятно успешным: задуманное изначально для профессионалов мероприятие стало доступным для широкой публики, среди которой пользуется все большей популярностью.

Сами бутики сегодня также меняются и представляют собой нечто большее, чем «точки продаж». Примером может служить открывшийся весной этого года [дом F.P.Journe в Нью-Йорке](#). Новое пространство площадью 550 квадратных метров – не просто магазин или витрина. Это уникальное место встречи ценителей высокого часового искусства и настоящий дом, двери которого ведут в эксклюзивный часовой мир вселенной F.P.Journe. Такие стратегии оправдывают себя, так как, по прогнозам аналитиков, в 2030 году на долю людей до 40 лет будет приходиться 80% клиентов сектора роскоши: эта молодая аудитория ожидает чего-то особенного от посещения магазинов и жаждет эксклюзивности, уникальности и подлинности.

Добавим, что показатели экспорта швейцарских часов в этом году уверенно движутся к рекорду. В октябре экспорт вырос на 5,1% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, составив 2,39 млрд франков. Значительный рост наблюдался в Китае (24%) и Гонконге (+17%), тогда как продажи на других азиатских рынках, таких как Япония (-2,7%) и Сингапур (-9,8%), снизились. Рынок США продолжал расти, хотя и не так сильно, как в прошлом году (+5%). В то же время в Европе сложилась неоднозначная ситуация: продажи в Великобритании

(+7,7%), Франции (+6,2%) и Италии увеличились (+2,7%), а экспорт в Германию (-12%) и Испанию (-2,5%) упал. Что касается ценовых категорий, то рост наблюдался в сегментах с экспортными ценами менее 200 франков (+17%), а также от 200 до 500 франков (+11%). Причиной этого, скорее всего, стали новые популярные модели Swatch, разработанные в сотрудничестве с люксовыми марками Omega и Blancpain. Экспорт часов, стоящих выше 3000 франков, вырос на 6,2%. В целом, в период с января по октябрь экспорт увеличился на 8,3% по сравнению с предыдущим годом. Есть все основания полагать, что часовая отрасль побьет рекорд экспорта предыдущего года, составивший 24,8 млрд франков.

[швейцарские часы](#)

[швейцарская часовая промышленность](#)

[F.P.Journe](#)



[Зарина Салимова](#)

Zaryna Salimava

Статьи по теме

[40% люксовых часовых брендов доступны в электронной коммерции](#)

[В Женеве объявили лучшие часы мира](#)

[Кому принадлежит швейцарская часовая промышленность?](#)

[Каким будет модный бутик будущего?](#)

[Швейцарские часы – у всех на устах](#)

[Барометр швейцарской часовой индустрии](#)

[Швейцарская часовая индустрия: кризис позади?](#)

Source URL: <https://nashagazeta.ch/news/style/za-chasami-v-butik>