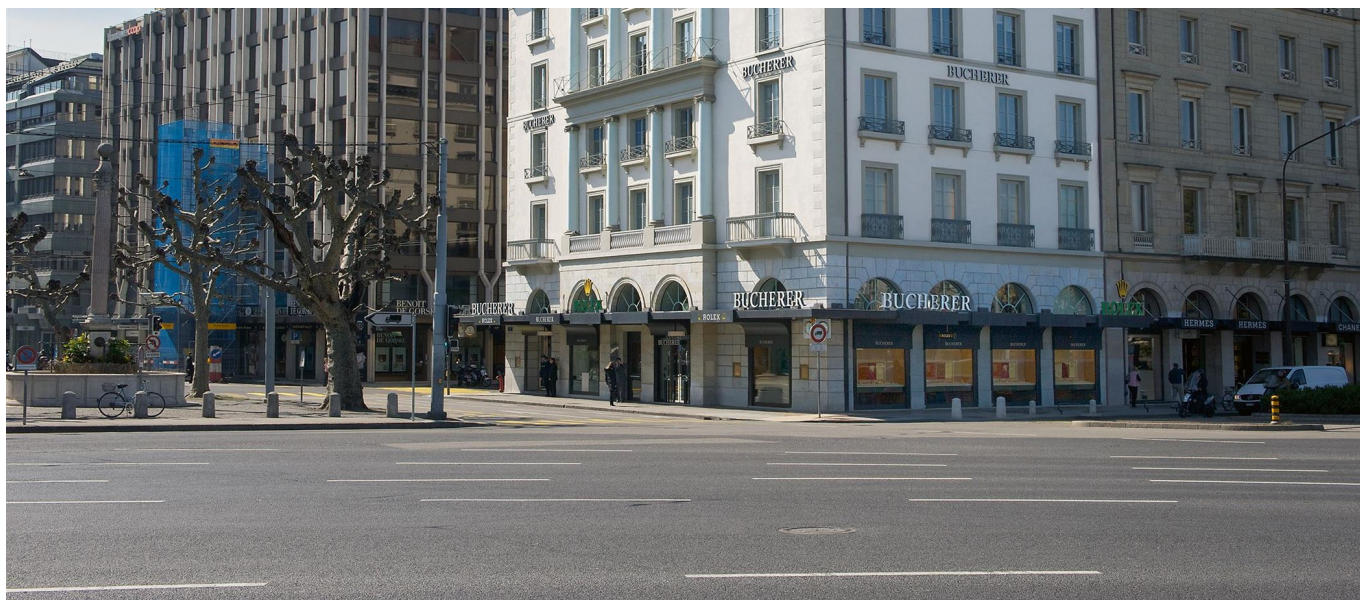


Коронавирус, или когда люкс теряет лоск | Covid-19, ou le luxe sans éclat

Auteur: Надежда Сикорская, [Женева](#), 06.08.2020.



Женевская rue du Rhône долго пустовала (DR)

Уставшие от санитарных ограничений обеспеченные граждане стараются не изменять своим привычкам и ни в чем себе не отказывать. Но, судя по имеющимся данным, их вклада недостаточно для того, чтобы спасти люксовую индустрию от упадка. По крайней мере, временного.

|

Les personnes aisées font de leur mieux pour ne pas laisser le Covid-19 influencer leurs habitudes et de ne pas se priver de l'essentiel. Or, il se trouve qu'ils ne sont pas assez nombreux pour empêcher l'industrie de luxe de subir des pertes importantes. Au moins provisoires.

Covid-19, ou le luxe sans éclat

По единогласному мнению аналитиков, такого еще не было! После нескольких лет рекордных продаж, шок, вызванный санитарным кризисом, особенно ощутим и приводит в растерянность даже выдавших виды специалистов.

Несколько дней назад группа LVMH, объединяющая 70 «домов», среди которых Louis Vuitton, Fendi, Dior, Givenchy, Guerlain, Hennessy и Sephora, и являющаяся абсолютным мировым лидером в индустрии люкса, объявила, что ее доход за первый семестр составляет лишь шестую часть от показателей за прошлый год, а чистая прибыль от реализации сократилась за тот же период с 21% до 9%. «Кажется, я никогда еще не видел такого негативного сочетания планет», - прокомментировал агентству AFP эти результаты финансовый директор группы Жан-Жак Гиони.

Удар суров для всех без исключения брендов, привыкших к неуклонному росту показателей. Оказалось, что этот успех зыбок – всего за несколько месяцев вынужденное закрытие магазинов и фабрик во всем мире привело к убыткам, исчисляемым миллиардами.

Другие гиганты отрасли – Kering (включая Gucci и Yves Saint Laurent) и Richemont (бренды Cartier, Van Cleef & Arpels, Baume & Mercier, IWC, Jaeger-LeCoultre, Officine Panerai, Piaget и другие) – не в лучшем положении: их торговый оборот сократился в период с апреля по июнь 2020 года соответственно на 43 и 47%, а бренда Hermès на 41%.

«Это беспрецедентный кризис. Мы должны переждать бурю, и мы для этого хорошо экипированы», – управляющий Hermès Аксель Дюма настроен оптимистично, несмотря на удручающие результаты первого полугодия. Не менее грустная картина и в Италии: продажи Salvatore Ferragamo за шесть месяцев сократились почти вдвое, а Prada – на 40%. Знаменитый английский бренд зафиксировал падение продаж на уровне 45%.

На знаменитый вопрос, поставленный Николаем Чернышевским еще в 1863 году, у люсовых групп нет иных ответов, как максимальное сокращение расходов и максимальная же активизация продаж онлайн, расцветших в период самоизоляции. Covid-19 станет безусловным акселератором развития «люкса в цифре», а также интеграции в большие группы мелких поставщиков, чтобы надежнее обеспечить бесперебойность производства в будущем. Но ближайшая перспектива туманна для всех – надо набраться терпения, ведь все основные рынки (Китай, Япония, Европа, США и страны Персидского залива) пока, как говорится, безмолвствуют. Несмотря на эти временные трудности, которых не возьмется предсказать никто, эксперты уверены, что люсовая индустрия остается «непреодолимой ценностью», надо только чтобы биржа немного успокоилась и люди вновь стали тратить деньги, не особенно о них задумываясь.

[коронавирус](#)

[корона](#)

[вакцина от коронавируса; Covid-19](#)

Статьи по теме

[Группа Richemont расставила плюсы и минусы](#)

[Экономика люкса: кто сегодня покупает предметы роскоши?](#)

[Baselworld переносится на неопределенный срок, а часовая индустрия замедляет ход](#)

Source URL:

<https://nashagazeta.ch/news/economie/koronavirus-ili-kogda-lyuks-teryayet-losk>