

Кроссовки On: произвести подешевле, продать подороже? | Chaussures On: produire moins cher, vendre plus cher?

Автор: Заррина Салимова, [Цюрих](#) , 25.01.2024.



Роджер Федерер во время презентации новой модели кроссовок On в 2020 году (с) On

Выпускающая спортивную обувь швейцарская компания On, в которую инвестировал «король тенниса» Роджер Федерер, попала под шквал критики после того, как стало известно о невысокой стоимости производства кроссовок и огромной марже предприятия.

Le fabricant suisse de chaussures de sport On, qui compte comme actionnaire Roger Federer, est sous le feu des critiques depuis que l'on sait que les coûts de production sont bas et que les marges de l'entreprise sont énormes.

Chaussures On: produire moins cher, vendre plus cher?

Все, к чему имеет отношение Роджер Федерер, мгновенно становится популярным. Так случилось и с основанной в 2010 году в Цюрихе обувной маркой On. В 2019 году титулованный теннисист [инвестировал](#) в нее средства, стал лицом компании и даже участвовал в разработке некоторых моделей. Дела предприятия пошли в гору, и в 2021 году фирма вышла на Нью-Йоркскую фондовую биржу. Описывая формулу успеха бренда, многие говорили о таких составляющих, как швейцарское качество, удобные кроссовки и, конечно, обаяние Федерера. Как недавно выяснили швейцарские журналисты, здесь не хватает еще одного важного параметра – очень высокой маржи при низкой себестоимости.

Швейцарское издание для потребителей K-Tipp получило доступ к таможенным документам и выяснило, что кроссовки On, стоящие в Швейцарии около двух сотен франков, производятся во Вьетнаме по минимальной себестоимости. Модель «The Roger Advantage», например, продается в Швейцарии за 190 франков. При этом компания On платит вьетнамскому производителю около 18 франков. Если учесть НДС (15,39 франков), расходы на доставку и таможенные пошлины (1,62 франка), то маржа On составляет 155,13 франка. Производство модели «The Roger Clubhouse Mid» обошлось компании всего в 17,69 франка, а в Швейцарии она стоит 230 франков. Наконец, «Cloudsurfer» стоит 220 франков, тогда как производитель получает чуть меньше 20 франков.

Казалось бы, в этом нет ничего удивительного – подобной бизнес-стратегии придерживаются практически все бренды. Однако в ходе сравнения с другими спортивными марками выяснилось, что On берет с покупателей больше остальных, при этом платит производителям во Вьетнаме меньше. Так, модель «Nitro SP» от Puma стоит 111,90 франков – производитель получает около 30 франков. «Ultraboost» от Adidas стоит 140 франков, из которых 28 франков достается производителю. Некоммерческая организация Public Eye потребовала, чтобы компания On вернула часть своей огромной маржи рабочим, которые зарабатывают максимум 150 франков в месяц (или 250 франков, если они работают сверхурочно).

Примечательно, что кроссовки On стоят в Швейцарии намного дороже, чем за рубежом. На американском сайте производителя модель «Roger Clubhouse Mid» стоит чуть меньше 148 франков, в Германии – примерно 170 франков, а в Норвегии – 165 франков. И это несмотря на то, что медианные зарплаты в Норвегии и Швейцарии сопоставимы, а НДС на обувь там составляет 25%. По оценкам Tages-Anzeiger, помимо высоких издержек, одной из причин наценки может быть то, что в Швейцарии On удалось позиционировать себя в премиальном сегменте, что позволяет компании устанавливать более высокие цены. Тогда как в других странах On все еще приходится бороться за долю рынка.

В комментарии SRF глава европейского отделения компании On Бьянка Песталоцци отметила, что деловой кодекс предприятия основан на рекомендациях Международной организации труда (МОТ). Он помогает установить стандарты работы с партнерами по производству и поставщиками, защищает права человека и создает безопасные и устойчивые рабочие места на производстве. Она также

пояснила, что маржа On – это результат инноваций, маркетинга, дистрибуции и логистики продукта. В Швейцарии, например, есть специальный склад, которого нет у многих других брендов. Склад гарантирует, что фирма сможет доставить товар в течение 48 часов. За все эти факторы приходится платить.

К слову, качеством кроссовок On довольны не все. Дорого и быстро приходит в негодность – такой вердикт обуви вынесли эксперты передачи Kassensturz на телеканале SRF в 2020 году. Защитница прав потребителей Сара Штальдер также неоднократно получала отзывы от недовольных покупателей. Она удивлена, что эта обувь так хорошо продается, так как проблемы с качеством все еще существуют. А один из продавцов обуви и вовсе заявил изданию K-Tipp, что кроссовки On – это классический одноразовый продукт.

Более того, по сообщениям Blick, ассоциацию Swissness Enforcement, которая борется с неправомерным использованием швейцарских указателей происхождения за рубежом, беспокоит тот факт, что на продаваемой за пределами Швейцарии продукции On расположен швейцарский флаг, хотя производственные мощности компании находятся в Азии: того факта, что On разрабатывает обувь в Швейцарии, недостаточно, чтобы разрешить использование швейцарского креста. Компания игнорирует это требование, отмечая, что гордится своими швейцарскими корнями. В штаб-квартире On Labs в Цюрихе работают более 900 человек, а маркировка «Swiss Engineering» призвана подчеркнуть, что при создании продукта использовались швейцарские инновации и технологии.

Реакции от самого Роджера Федерера пока не последовало – как и в случае со скандалом с японским брендом [Uniqlo](#). Напомним, что в 2018 году организация Public Eye сообщила о том, что спонсирующая Федерера компания Uniqlo отказывалась выплачивать компенсации уволенным индонезийским швеям. Правозащитники призывали теннисиста использовать свое влияние и вмешаться, но публичных комментариев от него так и не дождались.

Эксперты сомневаются в том, что сообщения о высоких наценках сильно повредят имиджу On. Некоторые клиенты могут отвернуться от бренда, почувствовав себя обманутыми, но останутся и те, кто и далее будет готов заплатить за обувь 200 франков.

Добавим, что в сентябре компания On сообщила о 57-процентном росте оборота за первые девять месяцев 2023 года по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. В общей сложности фирма заработала более 1,3 миллиарда долларов, а прибыль составила 106 миллионов. В 2022 году три швейцарских основателя и два управляющих директора получили общую зарплату в размере 19 миллионов франков.

[on](#)
[Роджер Федерер](#)
[швейцарские цены](#)



[Заррина Салимова](#)

Zaryna Salimava

Статьи по теме

[Звезда тенниса инвестирует в кроссовки](#)

[Дорогой Роджер Федерер...](#)

[Что происходит с рынком спортивной обуви?](#)

[За кроссовками – в музей!](#)

[В оперу в кроссовках](#)

Source URL:

<https://nashagazeta.ch/news/style/krossovki-proizvesti-podeshevle-prodat-podorozhe>