

## Рейтинг часовых брендов Швейцарии|Swiss Watch Brands Rating

Автор: Людмила Клот, Цюрих, 19. 11. 2012.



Женевская марка Vacheron Constantin

В двадцатке лучших - такие известные марки, как Rolex, Cartier, Omega & Co, Swatch и Vacheron Constantin, сообщает швейцарское экономическое издание Handelszeitung. Кто из них лидирует?

Rolex, Cartier, Omega & Co, Swatch and Vacheron Constantin are among 20 best, reports Handelszeitung. But which is better?



Консалтинговая компания Brand Value Rating Agentur BV4 из Цюриха, специализирующаяся на анализе всевозможных торговых брендов, занялась исследованием часового рынка. По итогам она подготовила рейтинг швейцарских часовых брендов, представляющих наибольшую ценность. В списке - 20 названий, с рейтингом познакомил читателей газета Handelszeitung.

С помощью собственных научных методов анализа эксперты оценили как стоимость часовых брендов в денежном выражении, так и их нематериальную ценность. В детали своего научного метода консалтинговая компания никого не посвящает, известно, что он разработан с участием специалистов по маркетингу, по товарным знакам и патентам, юристов, бухгалтеров и налоговиков. В итоге они получают цифру так называемой ценности бренда Brand Value Ratio (BVR): чем «сильнее» бренд, тем она выше. Анализ рынка, финансовых коэффициентов, прогнозируемые доходы: из всего этого рождается итоговая цифра, вновь выраженная в швейцарских франках (в данном случае – в миллионах франков) - это значение соответствует



денежной стоимости оцениваемого бренда.

Вот как выглядит список названий наиболее ценных швейцарских часовых марок.

- 1 - Rolex, Женева, 4572 млн. франков.
- 2 - Cartier, Женева, 2724 млн. франков.
- 3 - Omega, Биль, 2696 млн. франков.
- 4 - Patek Philippe, Женева, 1543 млн. франков.
- 5 - Swatch, Биль, 983 млн. франков.
- 6 - Breguet, Ле Брассю, 769 млн. франков.
- 7 - TAG Heuer, Ля Шо-де-Фон, 761 млн. франков.
- 8 - Longines, Сен-Имье, 732 млн. франков.
- 9 - Chopard, Женева, 717 млн. франков.
- 10 - IWC, Шаффхаузен, 693 млн. франков.



- 11 - Jaeger-LeCoultre, Ле Сентье, 644 млн. франков.
- 12 - Audemars Piguet, Ле Брассюс, 635 млн. франков.
- 13 - Piaget, Женева, 589 млн. франков.
- 14 - Vacheron Constantin, Женева, 567 млн. франков.
- 15 - Tissot, Ле Локле, 467 млн. франков.
- 16 - Girard-Perregaux, Ле Шо-де-Фон, 371 млн. франков.
- 17 - Rado, Ле Локль, 359 млн. франков.
- 18 - Baume & Mercier, Бельвю (Женева), 338 млн. франков.
- 19 - Breitling, Гренхен, 297 млн. франков.
- 20 - Hublot, Нион, 288 млн. франков.

Бренды – это не только товар, но и устойчивая психологическая конструкция в голове потребителя. Название известной марки представляет собой большую ценность, чем сам продукт, считает президент Brand Value Rating Agentur BV4 Стефан Фоглер. Известные и нравящиеся клиенту бренды – основа успеха предприятий. Предприятие, которое ими владеет, развивается быстрее и стабильнее, чем хозяева малоизвестных марок. Разнообразные исследования доказывают, что «сильный» бренд меняет курс акций предприятия и сказывается на прибыли акционеров.



То, что Rolex и Cartier занимают два первых места, не удивляет. Они входят и во всемирный рейтинг 100 самых известных брендов: Rolex – на 68 месте, Cartier – на 77-м. При этом рейтинг цюрихских экспертов все равно заключает в себе сюрпризы, отмечает газета.

В него попали не только марки, которые обладают длинной славной историей, приносят максимальную прибыль и принадлежат, в большинстве своем – концернам, таким, как Swatch, Richemont, LVMH, PPR. Здесь представлены и бренды независимых семейных предприятий, к которым относятся Audemars Piguet, Breitling, Chopard и Patek Philippe. К тому же участники рейтинга производят не только часы класса люкс, но и занимают все ценовые сегменты рынка – как Swatch, Rado и Tissot.

По мнению Handelszeitung, заслуживает внимания марка Hublot, занявшая 20-е место. Это самая юная из всех перечисленных компаний. Фирма со штаб-квартирой в Нионе была основана в 1980 году предпринимателем Карло Крокко, но до прихода сюда Жана-Клода

Бивера, купившего ее в 2004 году, оставалась крошечной и неизвестной. За несколько лет Бивер вдохнул в Hublot новую жизнь и буквально вывел громадные мужскими часами футуристического дизайна из новейших и суперсовременнейших материалов под яркий свет прожекторов. Успех был столь велик, что даже маркетинговый гений Бивера не помог ему сохранить все 100% предприятия в своей собственности: в 2008 году ведущий французский концерн LVMH (Louis Vuitton Moët Hennessy) перекупил большинство акций. Но Жан-Клод Бивер по-прежнему остался в компании.

«Рейтинг показывает, насколько бренды остаются независимыми от размера компании и ценового диапазона предлагаемых часов. Ценные часовые бренды демонстрируют устойчивый и эмоционально насыщенный стиль коммуникации и обладают верной клиентурой», - пояснил Макс Майстер, представитель BV4.

*Rolex - чемпион*

*Женевская марка Chopard на 9 месте*

*Audemars Piguet - 12 место*

*Tissot - 15 место*



## Добавить комментарий

Пожалуйста, [войдите](#) или [зарегистрируйтесь](#) , чтобы отправить комментарий

---