

Интерлакен - столица Swatch|Interlaken - la capitale de Swatch

Автор: Татьяна Гирко, Интерлакен, 26. 08. 2015.



Коллекция Grüezi All (от 60 до 165 франков) © Swatch

Часовая группа, выручка которой продолжает расти, несмотря на общее снижение экспорта швейцарских часов, продает в Интерлакене «до 1000 экземпляров Swatch ежедневно». Компания недавно открыла один из крупнейших магазинов Швейцарии в этом популярном туристическом месте.

Le groupe horloger dont le chiffre d'affaire continue à augmenter, malgré une baisse globale des exportations de montres suisses, vend à Interlaken «jusqu'à 1000 Swatch chaque jour». Une des plus grandes boutiques de Suisse vient d'être ouverte dans ce haut lieu du tourisme helvétique.

На прошлой неделе Федерация швейцарской часовой индустрии (FH) сообщила о значительном снижении объема экспорта продукции. В июле поставки товаров этой категории за рубеж снизились в целом на 9%, а в Азию, на которую приходится существенная доля сбыта, – на 21%. Напомним, что по [итогам первого полугодия](#) часы и драгоценности оставались одним из немногих секторов швейцарской экономики, положение дел в котором внушало некоторый оптимизм. Однако в последнее время к укреплению франка добавилось [ослабление экономики Китая](#), а значит, теперь швейцарским часовщикам будет еще сложнее рассчитывать на уверенный спрос среди иностранных покупателей.

Так уж совпало, что в тот самый день, когда FH выступила с не слишком обнадеживающей новостью, глава группы Swatch (куда входит не только одноименная часовая марка, но и продукция Breguet, Omega, Rado, Longines, Tissot и других производителей) Ник Хайек присутствовал в Интерлакене на официальной церемонии открытия нового бутика (который, правда, работает уже с мая). Раскинувшийся на площади 200 кв.м магазин отражает честолюбивые планы группы, ориентированной не только на отечественного покупателя.



Новый магазин в Интерлакене © Swatch

Ежедневно группы китайских туристов, спускающиеся с [прогулки на Юнгфрау](#), отправляются к прилавкам магазинов Интерлакена с намерением приобщиться к еще одному символу Швейцарии – часам Swiss made. Продукция концерна способна удовлетворить требования на любой вкус и кошелек. При этом, если второй критерий становится все более важным при

выборе часов, то для недорогой линейки продукции группы финансовые потрясения мировых рынков не представляют угрозы – скорее, наоборот. По словам Ника Хайка, в Интерлакене ежедневно продается до тысячи экземпляров Swatch.

За данными о состоянии экспорта разных категорий товаров внимательно следит Федеральная таможенная администрация (AFD), однако взлеты и падения швейцарского рынка оценить сложнее. На реализацию внутри страны приходится от 5% до 8% продаж группы Swatch, для которой домашний рынок остается одним из важнейших, наряду с Францией и Германией, отмечает швейцарская газета Le Temps. Следует отметить, что основной вклад в его развитие вносят иностранные путешественники, обеспечивающие внушительный финансовый результат в основных туристических местах.



Семеро из шестнадцати продавцов в магазине Swatch в Интерлакене - выходцы из Китая © Swatch

«Всего два магазина Omega в Интерлакене и Люцерне за год регистрируют выручку порядка 150 млн франков в год», – утверждает Ник Хайек. По его наблюдениям, Женева и Цюрих больше пострадали от укрепления франка – их жители и гости чаще отправляются за границу совершать покупки в евро. Отметил глава Swatch и падение спроса среди россиян. В Интерлакене и Люцерне, напротив, спрос на швейцарские часы растет, и этим можно воспользоваться, уверен глава группы Swatch.

Недорогие модели Swatch и детская линия Flik Flak стоимостью 45, 70, 130 франков расходятся в новом магазине, как горячие пирожки. «Swatch покупают не так, как другие часы. Это совсем не то же самое, что скучный традиционный люкс. Клиенты должны иметь возможность свободно перемещаться по бутику, трогать модели. Это импульсивная покупка», – считает Ник Хайек. Товары этой ценовой категории пользуются большим спросом в Китае, где выручка от продаж Swatch сопоставима с показателями по Италии, хотя в Поднебесной в три раза меньше эксклюзивных бутиков марки.



© Swatch

Глава Swatch убежден, что сухая статистика о состоянии экспорта не отражает реальное состояние рынка. Трудности, с которыми столкнулась вся отрасль, согласно данным AFD и FH, не оказали слишком негативного влияния – во всяком случае, пока – на результаты Swatch. В прошлую пятницу в интервью газете Wall Street Journal, Ник Хайек заявил, что, если бы группа представляла финансовую отчетность в евро, показатель роста продаж измерялся бы двузначной цифрой. Действительно, согласно опубликованным Swatch данным, за второй квартал выручка группы в евро выросла на 18,7%. Правда, во франках по действующему курсу группе приходится довольствоваться лишь 2,2%. Но на фоне общего спада такой результат выглядит совсем неплохо.



Добавить комментарий

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