

Главные швейцарские спонсоры | Les sponsors suisses les plus importants

Auteur: Татьяна Гирко, [Женева](#) , 11.11.2015.



(DR)

Rolex, Omega, UBS, Credit Suisse и Hublot вместе тратят около 660 млн франков на то, чтобы привлечь интерес к своим маркам во всем мире, свидетельствуют результаты исследования швейцарского экономического журнала Bilan.

Rolex, Omega, UBS, Credit Suisse et Hublot dépensent ensemble environ 660 millions de francs pour susciter l'intérêt à leurs marques dans le monde entier, selon l'enquête du magazine économique suisse Bilan.

Les sponsors suisses les plus importants

Реклама производимой продукции или услуг во время проведения крупных спортивных соревнований или культурных мероприятий, гордость сотрудников за

компанию, поддерживающую благотворительные проекты, признание со стороны клиентов и партнеров по бизнесу – обоснование этой статьи затрат может быть разным. Тем не менее, суммы, которые тратят крупнейшие компании Конфедерации и всего мира на спонсорство, впечатляют. По некоторым оценкам, в 2014 году эти расходы в глобальном масштабе превысили 50 млрд долларов.

Согласно последнему исследованию женевского бюро Sponsorize, выполненному по заказу экономического журнала Bilan, два крупнейших швейцарских банка и три часовщика потратили вместе на подобные проекты около 660 млн франков, что на 27% больше, чем в 2012 году. Какие же мероприятия пользуются наибольшей популярностью у швейцарских спонсоров?

Самой крупной статьей расходов на подобные проекты, по оценке Sponsorize, традиционно располагает **Rolex**. Женевская часовая компания поддерживает миланский оперный театр Ла Скала, Парижскую национальную оперу, Королевский театр Ковент-Гарден (Лондон), Метрополитен-опера (Нью-Йорк), множество музыкальных фестивалей (среди которых Зальцбургский), а также около десяти артистов.

Компания внесла свой вклад в строительство образовательного центра Rolex при Федеральной политехнической школе Лозанны (EPFL). Центр, который включает кампус и библиотеку, был спроектирован японским архитектурным дуэтом SANAA, удостоившимся в 2010 году Притцкерской премии. Помимо этого, Rolex – партнер Венецианской архитектурной биеннале и учредитель программы Rolex Mentor, направленной на поддержку молодых талантов.

В спортивной сфере интересы швейцарских часовщиков охватывают теннисные корты Уимблдона, Мельбурна, Шанхая, Монте-Карло, соревнования наездников «Большой Шлем», турниры которого проходят в Женеве, Калгари и Ахене, а также одно из важнейших событий в мире гольфа – Кубок Райдера. Посланниками марки выступают и отдельные спортсмены: гольфисты Тайгер Вудс, Адам Скотт, Арнольд Палмер, теннисисты Роджер Федерер, Жо-Вильфрид Тсонга и другие. На эти и аналогичные проекты, по оценкам Sponsorize, Rolex тратит **от 160 до 180 млн франков**.

Вторым крупнейшим спонсором Конфедерации стала еще одна часовая компания **Omega**. Последние 20 лет миллионы телезрителей любят моделью Seamaster на запястье Джеймса Бонда, однако еще раньше – в 1932 году – Omega стала официальным хронометром Олимпийских Игр.

На полях для гольфа эту марку представляют Рори Макилрой, Серджио Гарсиа, Грег Норман, Мишель Сон Ви и другие. Omega также является официальным хронометром Кубка Райдера в США и партнером Ассоциации профессиональных игроков гольфа США (PGA) и проходящих под ее эгидой спортивных мероприятий. На родине часовая компания отдает предпочтение тому же виду спорта, с 2001 года выступая спонсором турнира European Masters, который проходит в Кран-Монтана уже почти 70 лет. На этот и другие проекты Omega тратит **от 130 до 150 млн франков**, считают эксперты Sponsorize.

Крупнейший швейцарский банк **UBS** отдает предпочтение культурным проектам, поддерживая не только музеи Монако, Милана, но и швейцарские центры: [Олимпийский музей](#) в Лозанне, фонды Бейлера (в котором сейчас [проходит выставка](#), посвященная Казимиру Малевичу) и [Леонара Джанатта](#), а также выставку современного искусства [Art Basel](#) и ее американскую версию Art Basel in Miami, выставку Artgenève и недавно открывшийся в Лугано культурный центр Lugano Arte e Cultura.

UBS с 1987 года поддерживает Цюрихский оперный театр, а с 1997-го – эксклюзивный партнер его балетной труппы. Спонсорские проекты распространяются и на симфонический оркестр Люцерна, пять музыкальных фестивалей и [кинофестиваль в Локарно](#).

Впрочем, швейцарские банкиры не обошли стороной и спорт: с 2010 года финансовое учреждение является глобальным партнером гонок Формулы-1, подписав пятилетний контракт на 200 млн долларов, оказывает поддержку старейшему в мире хоккейному турниру Кубок Шпенглера, проходящему ежегодно в Давосе перед Новым годом, и различным соревнованиям по легкой атлетике, среди которых женевский [забег по случаю Эскалады](#). По оценкам Sponsorize, на эти и другие проекты UBS тратит **от 120 до 140 млн франков**, значительно увеличив соответствующую статью расходов бюджета по сравнению с 2012 годом.

Credit Suisse отдает должное классической музыке, поддерживая Большой Театр, Цюрихскую оперу, Нью-Йоркский филармонический оркестр, музыкальный [фестиваль в Люцерне](#), в ходе которого молодым музыкантам вручается приз Credit Suisse Jeunes Solistes, и другие мероприятия, среди которых джазовые фестивали.

Credit Suisse может также похвастать сотрудничеством с Лондонской национальной галереей, цюрихским художественным музеем Кунстхаус (где до конца месяца еще можно увидеть [голландских художников](#)), луганским Museo d'Arte и другими.

В категории «спорт» банк выступает в качестве главного спонсора Швейцарской футбольной ассоциации, присутствует на турнире по гольфу Omega European Masters в Кран-Монтана, женевском этапе Кубка мира по преодолению препятствий (CHI) в конном спорте, а также поддерживает гордость швейцарского тенниса [Роджера Федерера](#). Всего Credit Suisse тратит на собственный имидж **100-120 млн франков**, считают специалисты Sponsorize.

Часовая компания **Hublot** известна партнерскими отношениями с британской рок-группой Dereche Mode и китайским пианистом Лан Ланом. В спортивной сфере марка делает ставку на футбол, поддерживая клубы PSG, Juventus, FC Bayern и Кубок FIFA. Не остались без внимания и баскетбол, легкая атлетика («лицом» Hublot является ямайский спортсмен Усэйн Болт), автомобили (партнерство с Ferrari), лыжный спорт, американский футбол, бейсбол и т.п.

«Во время Чемпионата мира по футболу в Бразилии, благодаря нашему стенду с логотипом Hublot, мы присутствовали на экранах телевизоров более 22 минут эфирного времени. Это очень хорошее вложение», – рассуждает представитель компании Анабель Галле. По оценкам экспертов Sponsorize, сейчас на подобные

инвестиции марка выделяет **80-100 млн франков**, то есть приблизительно на 50% больше, чем в 2012 году.

«Маркетинг переживает революцию, поскольку швейцарские руководители начинают воспринимать спонсорство как источник доходов, а не как статью расходов», – считает президент Швейцарского круга спонсорства. Значит ли это, что в ближайшие годы число проектов, которые поддерживают швейцарские компании, будет неуклонно расти?

[спонсорские проекты](#)
[швейцарские спонсоры](#)

Статьи по теме

[Люсине Овумян: "Благотворительность делает людей счастливыми"](#)

[Андрей Чеглаков: «Я хочу отстоять мир традиционных ценностей»](#)

[Евгений Кисин даст концерт в пользу "детских сердец"](#)

Source URL: <https://dev.nashagazeta.ch/news/economie/20673>