

## Ricola пострадала от сильного франка | Ricola souffre du franc fort

Auteur: Татьяна Гирко, [Лауфен](#) , 30.05.2016.



(© NashaGazeta.ch)

В прошлом году выручка производителя знаменитых швейцарских конфет и травяных чаев снизилась из-за сильного франка.

|  
L'année dernière le chiffre d'affaires du fabricant de fameux bonbons et infusions aux plantes suisses a reculé à cause du franc fort.

Ricola souffre du franc fort

Производство компании Ricola, основатель которой Эмиль Рихтерих наладил производство леденцов в базельской глубинке еще в 1930 году, сегодня можно встретить в магазинах почти всего мира. Около 40 разновидностей конфет и напитков из альпийских трав пользуются спросом не только у швейцарских покупателей, но и в Европе, а также в США, Мексике, Канаде и Китае – всего в 50 странах мира. Кстати, своим нынешним названием компания обязана семейному предприятию *Richterich & Co., Laufon* (Richterich & Co в Лауфене), а у руля Ricola, в которой сегодня трудятся около 400 человек, по-прежнему стоят потомки ее основателя.

В 2015 году компания отметила сразу два юбилея: 85-летие со дня основания и 75-летие с момента начала производства леденцов с 13 травами, которые остаются главной и самой узнаваемой «изюминкой» в коллекции Ricola. В честь этого события на рынок была выпущена новая разновидность освежающих леденцов без сахара под названием «Мята ледников».

Коммерческий успех семейного предприятия, делающего ставку на «[швейцарскость](#)» своей продукции, не оставляет сомнений – в 2015 году его выручка достигла 294,7 млн франков, что, в первую очередь, свидетельствует об оправдавшей себя стратегии развития североамериканского и азиатского направлений.

И все же главными поклонниками швейцарских леденцов и травяных чаев остаются европейские покупатели, и этот факт не прошел незамеченным для финансовой отчетности. «В значительной степени ориентированная на экспорт, Ricola реализует 90% глобальной выручки за границей. Таким образом, [удар франка](#) на нас сказался в полной мере, хотя и не застал врасплох», – отметил генеральный директор компании и президент совета директоров Феликс Рихтерих.

Этот вывод подтверждают следующие цифры: по сравнению с предыдущим отчетным периодом выручка Ricola в швейцарских франках сократилась на 2,1%, хотя в национальных валютах соответствующих стран продажи выросли на 2,4%. Европейский рынок остается для компании основным направлением: несмотря на имеющиеся трудности, его доля выросла в прошлом году, говорится в официальном пресс-релизе.

Кстати, на запрос Нашей Газеты.ch о том, присутствует ли компания на постсоветском пространстве, мы получили ответ следующего содержания: «С удовольствием отправляем вам список постсоветских стран, в которых присутствует Ricola: Польша, Чехия, Словения, Словакия, Хорватия, Венгрия». Что же, очевидно, слово «советский» мы воспринимаем немного по-разному, но факт остается фактом: швейцарские леденцы пока не начали завоевывать российский, украинский, белорусский, азербайджанский и другие рынки.

Помимо развития перспективного североамериканского направления, 2015 год стал благоприятным и на стратегически важном для компании азиатском рынке: швейцарские леденцы и травяные сборы успешно прокладывают себе путь в Китае, с которым Конфедерация в 2013 году [подписала](#) соглашение о свободной торговле.

Стратегические планы компании на 2016 год основаны на инновационном подходе и дальнейшем расширении географии рынков сбыта. Напомним, что два года назад Ricola открыла в Лауфене новый центр Kräuterzentrum («Дом трав»), строительство которого обошлось в 16 млн франков, что позволило перенести все этапы переработки альпийских трав под одну крышу. Инвестиции оправдали себя. «Мы гордимся тем, что смогли укрепить площадку в Лауфене несмотря на сложный финансовый контекст, и убеждены, что политические и экономические условия позволят нам продолжить инвестировать в Швейцарию», – подчеркнул Феликс Рихтерих.

Добавим, что журнал Reader's Digest назвал Ricola швейцарской маркой, наиболее заслуживающей доверия. А намеченное на 2019 год [ужесточение требований](#) «swiss made», скорее всего, практически не затронет компанию, работающую с отечественным материалом и к тому делающую ставку на экологически чистое сырье.

[рикола леденцы](#)

Статьи по теме

[Ricola можно теперь не только пососать, но и пожевать](#)

[Швейцарцы выбирают биопродукты](#)

[Внешняя торговля Швейцарии пережила спад в 2015 году](#)

[Требования к «Сделано в Швейцарии» ужесточаются с 2019 года](#)

---

**Source URL:**

<https://dev.nashgazeta.ch/news/economie/ricola-postradala-ot-silnogo-franka>