



Опубликовано на Швейцария: новости на русском языке (<https://nashagazeta.ch>)

Swatch теряет обороты | Swatch perd de la vitesse

Auteur: Татьяна Гирко, [Биль](#) , 25.07.2016.



(© Keystone)

Группа часовых компаний объявила о снижении консолидированной выручки на 12% и падении чистой прибыли на 52% за первое полугодие.

|

L'horloger a annoncé un chiffre d'affaires consolidé en recul de 12% et un profit net en chute de 52% pour le premier semestre.

Swatch perd de la vitesse

Как правило, Swatch Group (как и многие другие компании) публикует свои финансовые результаты без анонсов. Однако на этот раз все складывалось настолько плохо, что группа предпочла выпустить предупреждение о падении выручки и полученной прибыли за неделю до обнародования отчетности, отмечает швейцарская газета Le Temps.

Значительное снижение выручки (на 11,4% по действующему обменному курсу и на 12,5% по курсу на момент проведения операций) за последние полгода, падение чистой прибыли до 263 млн франков (- 52%) и операционного результата до 353 млн франков (- 53,6%) объясняется, в частности, дополнительным сдвигом курсовой разницы, а также долгосрочной производственной стратегией, предусматривающей инвестиции в обучение сотрудников, создание новой продукции и маркетинг, говорится в официальном коммюнике Swatch Group. При этом выбранную стратегию группа менять не собирается, и увольнений ожидать не следует.

Объем продаж упал на таком стратегически важном направлении как Гонконг, который многие годы удерживает лидерство в списке основных покупателей швейцарских часов. Потери понесли и некоторые европейские рынки, в частности, французский и швейцарский. Впрочем, последние данные Федерации швейцарской часовой индустрии (FH) свидетельствуют о том, что доля Гонконга за последний год снизилась почти на треть, да и общий объем экспорта продолжает сокращаться. Ожидается, что в 2016 году продажи швейцарских часов за рубежом упадут на 10%.

Континентальный Китай продолжает оставаться перспективным рынком для Swatch Group, которая отмечает положительную тенденцию, наметившуюся в течение первых недель июля в линейке продукции класса «люкс» – Breguet, Blancpain, Glashütte Original, Omega и Longines (все эти марки входят в группу). Перспективной выглядит и ситуация в Италии, Испании и Великобритании, чего не скажешь о Франции и Бельгии, следует из официального коммюнике.



Историческая "олимпийская" реклама Омега (© Omega)

Большие надежды Swatch Group возлагает на стартующие через несколько дней в Рио-де-Жанейро **Олимпийские игры**. Напомним, что, начиная с 1932 года, Омега – официальный хронометр соревнований. Компания рассчитывает, что событие, к

которому будет приковано внимание болельщиков всего мира, поднимет интерес к марке и ее девяти новым моделям, посвященным Олимпиаде в Рио. Правда, подготовка к соревнованиям оказалась чрезвычайно сложной и дорогой, «не только потому, что там будут представлены 42 спортивные дисциплины, но и из-за местных условий и сложной ситуации в Бразилии», говорится в отчете.

В свою очередь популярная марка средней ценовой категории Tissot, тоже входящая в часовую группу Swatch, – официальный хронометр только что завершившейся велогонки **Tour de France** (кстати, в этом году ее участники преодолевали и швейцарские перевалы, что, увы, на финансовых результатах часовщика пока никак не сказалось). Свое присутствие на рынке компания намеревается расширить и благодаря партнерству с американскими баскетбольными лигами NBA и WNBA, а также новым Tissot Ballade Silicium Chronometer – первым в мире часам с кремниевой спиралью стоимостью менее тысячи франков.

В активе марки Longines – новые коллекции Equestrian и Symphonette, а сама компания Swatch только что выпустила Touch Zero Two (о первой серии этой линейки мы уже [рассказывали](#)).

Всем маркам часовой группы пойдут на пользу инвестиции, а второе полугодие обещает стать более результативным, считает крупнейший швейцарский часовщик. Еще один повод для оптимизма – ужесточение требований к маркировке «[swiss made](#)», идею которого активно поддерживало руководство Swatch Group. Напомним, что с 1 января 2017 года не менее 60% себестоимости швейцарских часов и самого механизма должно приходиться на отечественного производителя. «Благодаря вертикальной интеграции производственной цепочки и базе для производства в Швейцарии, новая директива Swissness представляет уникальное преимущество для Swatch Group», – отмечает компания. Кстати, недавно проведенное исследование [показало](#), что маркировка «Сделано в Швейцарии» позволяет производителю часов рассчитывать на 100%-ую наценку.

И все же, комментируя полугодовые финансовые результаты, аналитики выражают сомнения относительно эффективности работы группы в годовой перспективе, отмечает экономический журнал Bilan. Финансовая группа Helvea-Baader напоминает, что часовщику не удалось достичь последних заявленных целей. Такого же мнения придерживается и Deutsche Bank, подчеркивая, что еще в феврале руководство Swatch Group рассчитывало на 5%-ый рост по итогам 2016 года. Теперь же немецкий банк допускает снижение рентабельности на 20-40%. Morgan Stanley критикует группу за слабое присутствие в секторе «люкс».

Несмотря на критику, большинство аналитиков придерживаются достаточно нейтральных рекомендаций, пишет Bilan. Исключение составляет Morgan Stanley, посоветовавший избавляться от акций Swatch на предъявителя. Комментируя эти заявления и падение котировок после публикации финансовых результатов, глава группы Ник Хайек заявил, что «Swatch продает часы, а не акции» и заверил, что кризис ей не грозит.

[швейцарские часы](#)

[часы omega](#)

[omega хронометр олимпийских игр](#)

Статьи по теме

[Имидж швейцарской продукции на высоте](#)

[Швейцарские часовщики выдвинули свои требования к швейцарскому качеству](#)

[Swatch посоревнуется с Apple в категории «умные часы»](#)

[Интерлакен – столица Swatch](#)

[Компания Swatch семь раз отмеряет и пока не отрезает](#)

Source URL: [*https://dev.nashagazeta.ch/news/economie/swatch-teryayet-oboroty*](https://dev.nashagazeta.ch/news/economie/swatch-teryayet-oboroty)