

Что не так с рекламой Swatch? | Qu'est-ce qui ne va pas avec la publicité Swatch ?

Auteur: Заррина Салимова, [Биль/Бьенн](#) , 28.08.2025.



Фото: Meizhi Lang, Unsplash

Столкнувшись с обвинениями в расизме в Китае, швейцарская часовая марка отозвала рекламную кампанию по всему миру.

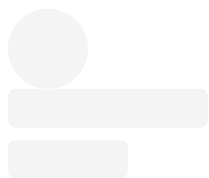
|

Accusée de racisme en Chine, la marque horlogère suisse a retiré sa campagne publicitaire dans le monde entier.

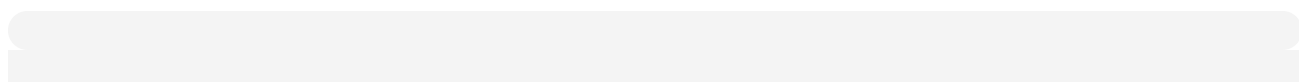
Qu'est-ce qui ne va pas avec la publicité Swatch ?

Новая реклама коллекции часов Swatch Essentials стала причиной скандала. Негодование интернет-пользователей вызвал рекламный плакат, на котором азиатский мужчина-модель подтягивает уголки глаз пальцами вверх и немного назад. Жест, имитирующий раскосый разрез глаз, считается неприемлемым, оскорбительным, дискриминационным и расистским.

Компания Swatch приняла к сведению замечания в социальных сетях и принесла извинения «за любое недовольство или недоразумения, которые могли возникнуть в связи с этим». Сообщения были опубликованы в Instagram, а также в социальной сети Weibo. Соответствующие рекламные материалы по всему миру были удалены. Однако раздражение не утихает: слово «недоразумение» в заявлении компании некоторыми рассматривается как преуменьшение значения ситуации и проявление расизма. Многие потребители остались недовольными и призвали бойкотировать Swatch. «Можно извиниться, но я не прощу», - написал один из пользователей.



[Посмотреть эту публикацию в Instagram](#)



Публикация от Swatch (@swatch)

Рекламный промах сказался на стоимости акций Swatch, которые немного подешевели. В целом, сочетание факторов выглядит не лучшим образом. Как отметил один из трейдеров в комментарии для СМИ, к слабому росту в Китае и высоким таможенным пошлинам в США теперь добавилась еще и эта неудачная реклама.

Марка Swatch входит в одноименную группу компаний, основным акционером которой является семья Хайек. Концерн, объединяющий 16 брендов, включая Breguet, Harry Winston, Longines, Omega и Tissot, считается крупнейшим производителем часов в мире. Группа сильно зависит от китайского рынка, но в последнее время продажи там не растут. Так, в первом полугодии концерн зарегистрировал значительное снижение оборота: доля региона Китая, Гонконга и Макао в общем обороте группы за 18 месяцев снизилась с 33% до 24%. Ранее аналитики ожидали небольшого улучшения продаж в Китае во втором полугодии. Пока неизвестно, как на эти прогнозы повлияет PR-скандал.

Добавим, что подобные фо-па допускали и другие компании. Один из последних нашумевших случаев – реклама джинсов American Eagle с участием актрисы Сидни Суини. В слогане обыгрывается неоднозначная игра слов «great jeans». «Отличные джинсы» на английском звучат так же, как и «отличные гены», поэтому фразу «Sydney Sweeney has great jeans» можно понять двояко. Судя по всему, речь идет о сознательной провокации, так как в одном из роликов, который впоследствии был удален, актриса заявляет: «Джинсы передаются от родителей к детям, как цвет волос, характер или глаза. У меня они голубые». Естественно, компанию обвинили в прославлении превосходства белой расы.

Кроме того, в 2023 году французский дом Dior шокировал клиентов рекламой, в которой азиатская женщина приподнимала уголок своего глаза. Четырьмя годами ранее Gucci пришлось снять с продаж свитер, который, по мнению некоторых интернет-пользователей, напоминал «блэкфейс» – расистскую практику изображения с целью высмеивания лиц чернокожих людей с широко раскрытыми глазами и толстыми губами. С теми же обвинениями столкнулась марка Prada, выпустившая в 2018 года сомнительные брелоки. В том же году итальянский бренд Dolce & Gabbana подвергся критике из-за рекламного видео, в котором модель азиатского происхождения пыталась есть итальянские блюда с помощью палочек. Компания сослалась на хакерскую атаку и принесла извинения, удалив ролик, но это не помогло предотвратить отмену китайскими властями уже запланированного показа

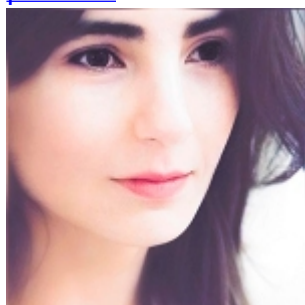
коллекции бренда в Шанхае. Наконец, не так давно орган по регулированию рекламы Великобритании запретил телевизионный ролик мыла Sanex (бренд принадлежит американскому концерну Colgate-Palmolive): сопоставление в одном видеоряду черной кожи до мытья и белой кожи после использования мыла было признано расистским. Возмущение пользователей рекламой такого рода свидетельствует о растущей чувствительности общественности к культурным вопросам – факторе, который международные компании нередко упускают из вида при составлении своих маркетинговых стратегий, или рычаге, на который они намеренно нажимают, надеясь с помощью провокации привлечь внимание к своему продукту.

[Swatch Group](#)

[Swatch](#)

[швейцарские часы](#)

[расизм](#)



[Заррина Салимова](#)

Zaryna Salimava

Статьи по теме

[Интерлакен – столица Swatch](#)

[Swatch Group покидает Baselworld](#)

[Swatch подает в суд на Tiffany](#)

[Мошенничество при приеме на работу в Swatch](#)

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

Source URL: <http://www.nashagazeta.ch/node/35460>