

Цены на швейцарские часы меняются из-за падения евро | Les horlogers suisses s'adaptent à la glissade de l'euro

Автор: Людмила Клот, [Женева](#) , 27.07.2010.



© Fiduciaire horlogère suisse

Устанавливая новые цены в европейской зоне, швейцарские производители не хотят жертвовать доходом. Практика рискует не понравиться клиентам ...

Plusieurs marques horlogers ont ajusté leurs prix dans la zone euro. Mais augmenter les prix pourrait dissuader des clients.

Les horlogers suisses s'adaptent à la glissade de l'euro

«Мы уже изменили цены на нашу продукцию на территории стран, где оплата идет в евро, в июле повысив их на 4-5%», - сказал в своем интервью газете Le Temps Рольф Шнайдер, президент марки Ulyss Nardin.

Падение курса евро негативно сказывается на швейцарском экспорте и представляет настоящую проблему для часовщиков страны, которые все расчеты проводят в швейцарских франках. Сегодня не только Ulyss Nardin, но и другие марки пересматривают свою ценовую политику. В фирме Chopard тоже говорят о вероятном повышении цен осенью. К ним присоединяется и Hublot: «С 1 сентября мы в третий раз повышаем цены в зоне хождения евро», - заявил глава фирмы [Жан-Клод Бивер](#).

С начала года, несмотря на вмешательство Национального банка Швейцарии (BNS), европейская валюта потеряла около 10% своей стоимости по отношению к швейцарскому франку. Соотношение евро и франка сегодня составляет приблизительно 1:1.35, тогда как в расчеты начала года закладывалась пропорция 1:1.50. Проблема не нова: швейцарские часовщики всегда должны были пересчитывать свой бюджет по отношению к денежным единицам различных стран, а перед тем, как принять любое решение, детально просчитывать ситуацию. Но со столь длительным и серьезным падением курса евро они еще не сталкивались.

Как поступить: оставить цены на прежнем уровне - значит, смириться с финансовыми убытками и, возможно, поставить под угрозу рабочие места. А повысить цены - разочаровать клиентов. Особенно сейчас, когда выход из кризиса на Старом Континенте лишь намечается, а экспорт продукции в европейские страны для Швейцарии крайне важен. Как объясняет опытный предприниматель Жан-Клод Бивер, повышение цен «поможет избежать параллельного, так называемого «серого» рынка часов». А также - предотвратит ситуацию, когда часы перевозятся из одной страны в другую, или клиент ищет, в каком месте можно выгоднее купить интересующую его модель.

Часовой концерн Swatch Group за первый семестр этого года потерял 3,7% от доходов. А вот его непосредственный конкурент, концерн Richemont, публикующий свои результаты в евро, отчитался о прибылях в размере плюс 3,1%. Многое зависит и от того, какая часть продаж реализуется в зоне евро. Для Swatch Group доля европейского рынка сбыта составляет 27%, для Richemont - 40%, и для Rolex - 33%. Ник Хайек, директор Swatch Group, уверен, что «и с турбулентностью евро вполне можно жить». Хотя из-за изменений курса евро концерн заработал в 2009 году на 105 млн. франков меньше, его присутствие во всем мире восполняет диспропорцию, - уверен Хайек, предприятие которого не намерено увеличивать цены.

Возможно, настал уже тот час, когда швейцарским часовщикам пора перейти на расчеты в другой валюте, не во франках? Вряд ли, по статистике, 80-90% часовой продукции все-таки продается именно во франках. Со сложностями столкнулись филиалы, расположенные в Европе: они продают часы за евро, а закупки делают на головном предприятии за франки. Теоретически, для них поставщики могли бы снизить цены во франках. Но на такой шаг пойти ни одна марка не готова.

Руководство Ulyss Nardin оптимистично предсказывает, что к концу 2010 года рост продаж «достигнет 20-25%», а в Swatch Group надеются, что год «станет одним из лучших в истории предприятия».

[швейцарские часы](#)

[швейцарские часы](#)

Source URL: *http://www.nashagazeta.ch/news/10227*