

Взгляд

«из-за бугра»

Наверное, нет человека, который бы так же хорошо знал и ситуацию в российской часовой промышленности, и специфику работы европейских производителей часов, как Александр Шорохов. Уже 10 лет его компания выпускает в Германии часы с русскими механизмами под маркой Poljot International («Полет Интернейшнл»). На часовой выставке в Мюнхене мы побеседовали с ним о том, как работает «нашим» у «них», и о перспективах российских часовщиков.



— В чем различие между «Полетом» и Poljot International?

— Мы работаем в Германии с 1992 года. Сначала продавали часы, которые выпускал завод «Полет», потом создали здесь производство и назвали марку Poljot International. Это другие часы, совершенно не похожие на «Полет». Я бы сказал, что у «Полета» заметен уклон в стиль «милитари», мы же больше тяготеем к истории. Сегодня около 800 магазинов по всей Германии торгуют нашими часами. Часть продукции отправляем также в США, Японию, Гонконг, Тайвань, Сингапур, Францию, Англию, Голландию, Португалию, Испанию, Австрию, Швейцарию и другие страны. Сегодня марку Poljot International знают многие благодаря тому, что мы принимаем участие во многих выставках — в Базеле, Нью-Йорке, Лондоне.

Но мюнхенская выставка для нас — одна из основных, так как немецкий рынок — и самый большой, и самый важный.

— Каковы объемы продаж вашей компании?

— Мы продаем в год 12-15 тысяч часов, т.е. немного. Мы не гонимся за массой. Главное для нас — качество. Поэтому, если механизм хронографа «Полет» поступает к нам с точностью от -10 до +40, то мы его доводим до уровня ± 10 . Это высокая точность для «механики», и такая работа требует значительных инвестиций. Тем более, что производство, например, корпусов и браслетов в Европе достаточно дорогое. В результате и часы получают по российским меркам «недешевые». Наша задача — завоевать имидж на мировом рынке, чтобы о нас говорили: «Poljot International — это солидная фирма». Если вы посмотрите европейские часовые журналы, то увидите: наша марка стоит рядом с такими брендами, как Jaeger-leCoultre, Lange & Sohne, Montblanc, Longines.

— Вы используете только российские механизмы?

— Мы применяем только «механику»: 90% механизмов из России, а 10% — ETA. Кстати, 95% всех западных часовых компаний работают на механизмах ETA. Они, конечно, сделаны добротно, но, по-моему, лучше быть в числе пяти фирм, работающих на отечественных механизмах, чем одной из тысяч, использующих ETA. Ведь потребитель постоянно ищет чего-то нового, интересного. Российские механизмы — наш «конек», и мы не только не собираемся от них отказываться, но, наоборот, намерены увеличивать объемы закупок.

— Как вы представляете себе своего покупателя?

— Это один из коренных вопросов. Почему покупают наши часы? На кого мы должны работать? На кого нацеливать рекламу? Большая часть людей, которые покупают наши часы, как-то связаны с Россией. У одного бабушка после революции уехала во Францию, у другого жена — русская, третий сам когда-то учил русский язык, четвертый работает в России... Вторая, тоже достаточно большая группа — это люди, которые разбираются в «механике».

— По вашему мнению, реально ли российским заводам выйти за пределы этого узкого сегмента потребителей?

— Абсолютно реально. Но в России, увы, недостаточно развит дизайнерский подход к часам. Надо выпускать то, что сегодня находится на волне покупательского интереса, а не модели 40-летней давности. По техническим возможностям российские производители находятся на среднем мировом уровне, может, чуть ниже. Посмотрите, сколько Patek Philippe и Franck Muller технически сложных моделей делают! В этом мы пока не можем конкурировать из-за слабой технической базы. Нет у нас и «ноу-хау», как у других компаний. Но в «серединке» мы с европейцами можем и должны конкурировать.

— Это касается только «Полета» или других заводов — «Востока», «Чайки»?

— Это касается всех. Кстати говоря, и на «Востоке» и на «Чайке» производятся неплохие механизмы. И они в своем ассортименте раньше имели очень хорошие механизмы, которые сегодня можно было бы вернуть. На «Чайке» был прекрасный женский «автомат», аналогичный ETA 2671, который пользуется большим спросом. Если «Чайка» возобновит его выпуск, то мы получим отличную возможность торговать на любом рынке, тем более, что по ценам мы вполне конкурентоспособны.

— С другой стороны, и хронографы «Полета», и «Сигнал» — это, по большей части, копии швейцарских моделей 7-10-летней давности. Своих новых разработок у наших заводов, к сожалению, нет. Каковы, на ваш взгляд, перспективы?

— Раньше в России были институты, часовые школы, где готовили смену, учили молодых часовщиков, а потом все бросилось в торговлю. Но пришло время снова братья за обучение кадров, техническую базу для них готовить. Когда нет часовых мастеров, как можно говорить о качестве?

Может быть, в кооперации со швейцарскими компаниями получится что-то сделать, так сказать, оставив патриотизм в стороне. Но об этом направлении еще рано говорить.

Евгений Манулов

