

05 НОЯБРЯ, ВТОРНИК

МОСКВА, +7...+9 ☁

▲ \$ 32.1808 ▼ € 43.6179

▲ RTS 1478.83



Коммерсант.ru® | СЕКРЕТ ФИРМЫ

[СТРАНА](#) | [ЭКОНОМИКА](#) | [БИЗНЕС](#) | [МИР](#) | [КУЛЬТУРА](#) | [СПОРТ](#) |



коротко

- 13:36 Индия запустила к Марсу космический аппарат
- 13:26 Банк России предлагает обсудить и выбрать новый символ рубля
- 13:06 Владиславу Баумгертнеру грозит в России до десяти лет тюрьмы за организацию преступления
- 12:53 СКР объявил о завершении расследования дела о крушении буровой установки «Кольская»
- 12:44 Холдинг «Финам» продал радиостанцию «Финам FM»

подробно

Голый маркетинг



Фото: Арсений Несходимов / Коммерсантъ

0

+1
ФОТО

Француз Жак фон Полье ввязался в авантюру: он решил заново вывести на рынок советский бренд часов "Ракета". Но еще большей авантурой казалась попытка продвигать эти часы без маркетингового бюджета.

Текст: Динара Мамедова

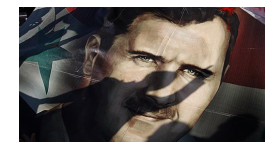
наглядно



День в истории: 5 ноября

Два года войны в Сирии

Осенью 2011 года в Сирии начался вооруженный конфликт. Масштабные акции протеста переросли в гражданскую войну, в ходе которой уже погибло более 100 тыс. человек. О том, как развивались драматические события в Сирии, — в хронике «Ъ».



1993

О том, как 20 лет назад Россия подошла к порогу гражданской войны, постояла



**РОССИЯ ВСТРЕЧАЕТ
ОЛИМПИЙСКИЙ
ОГОНЬ С СОСА-COLA!**





- 12:33 Дело об убийстве журналистки Ирины Кабановой будет рассмотрено без присяжных
- 12:13 Гарри Каспаров попросил власти Латвии о гражданстве
- 11:56 В Воронежской области задержаны подростки, напавшие на поезд Москва—Душанбе
- 11:42 В США полиция установила личность преступника, устроившего стрельбу в торговом центре
- 11:28 В Петропавловске-Камчатском из-за отсутствия у водителей прав РФ 70% автобусов не вышли на линии

[ВСЕ НОВОСТИ](#)



Реклама: **Профессиональный подход к ВЭД. Поддержка бизнеса по вопросам ВЭД любой степени сложности**

В прошлом году в глянцево-м журнале Eclectic появился необычный рекламный модуль. На фотографии на темном фоне — высокий обнаженный мужчина, в одной руке у него большой российский флаг, в другой — маленький швейцарский, которым он прикрывает интимное место. На фото слоган: "Ради завода "Ракета" я готов на все". Этот мужчина — совладелец петродворцового часового завода "Ракета" Жак фон Полье. По его словам, журнал пообещал разместить рекламу бесплатно, но с условием, что она будет провокационной. И Полье решил раздеться.

Предприниматель делает нестандартные ходы, потому что на продвижение у него нет денег. В преддверии Олимпиады-2014 он разработал и выпустил на своем заводе линейку часов ""Ракета" для Сочи": на циферблате изображены эмблемы некоторых зимних видов спорта (биатлон, фигурное катание и др.). Лицензию на использование олимпийской символики компания не покупала, а использовала незапатентованные узнаваемые образы, то есть формально закон не нарушила. Первые 300 часов из сочинской коллекции были распроданы за два месяца, перед Олимпиадой завод выпустит более крупную партию.

"Маркетинг "Ракеты" держится исключительно на личности Полье, его харизме и природном даре пиарщика", — уверен совладелец часового завода "Ника" Алексей Богданов. Француз действительно удалось добиться неплохих продаж с копеечным маркетинговым бюджетом.

Взрыв "Ракеты"

34-летний Жак Полье носит часы на обеих руках. Зачем? Чтобы привлечь внимание незнакомых людей и заводить с ними разговор о своей марке. Часовщиком предприниматель с русскими корнями стал случайно.

около него и отступила назад — в спецпроекте «Ъ»

Эстафета олимпийского огня

Как проходит эстафета олимпийского огня по России — в совместном проекте «Ъ» и Instagram



Бездымная жизнь

Где курильщикам не место, какое наказание ждет нарушителей запрета и как антитабачный закон влияет на табачный бизнес — в инфографике «Ъ».

Академия Журналистики

Конференции ИД «Ъ»

Картотека «Ъ»

Техноблог «Ъ»
IT-департаменты займутся бизнесом



Реклама: **ЭК «ЛИТЕРАТОР.» м. «Парк культуры». Закрытая территория без машин! Парк. Квартиры с террасами. 214 ФЗ.**

В 1996 году Полье приехал из Парижа в Москву учиться. Окончил РЭУ имени Плеханова, занимался дизайном, потом работал трейдером в "Тройке Диалог", менеджером в инвестфонде Profus Investment. В 2009 году вместе с партнером Дэвидом Хендерсоном-Стюартом задумал начать бизнес, но посчитал, что раскручивать с нуля потребительский брэнд — дорого и долго. Партнеры решили купить производство и товарную марку "с потенциалом" — долгой историей или уникальными качествами, на которых можно выстроить позиционирование. То, что нужно, они нашли в часовой отрасли.

"Петродворцовый завод был построен еще в царской России, в советское время он выпускал часы "Ракета", их любили носить военные и космонавты,— рассказывает Полье.— "Ракета" сама изготавливает детали и собирает часы на одном заводе — так в мире работают всего пять крупнейших швейцарских производителей. На этих фактах можно было строить концепцию продвижения".

На момент покупки, в 2009 году, компания выполняла всего три-четыре госзаказа в год (в советское время контракты исчислялись сотнями), получая мизерную выручку \$100 тыс. За небольшие деньги (сумму Полье не раскрывает) француз выкупил у кредитора завода — Уральского горно-металлургического комбината — часть имущества "Ракеты", небольшой цех по производству часов и оборудование. Позже Полье привлек около 15 инвесторов из круга своих знакомых, они вложили примерно 5 млн евро в модернизацию производства.

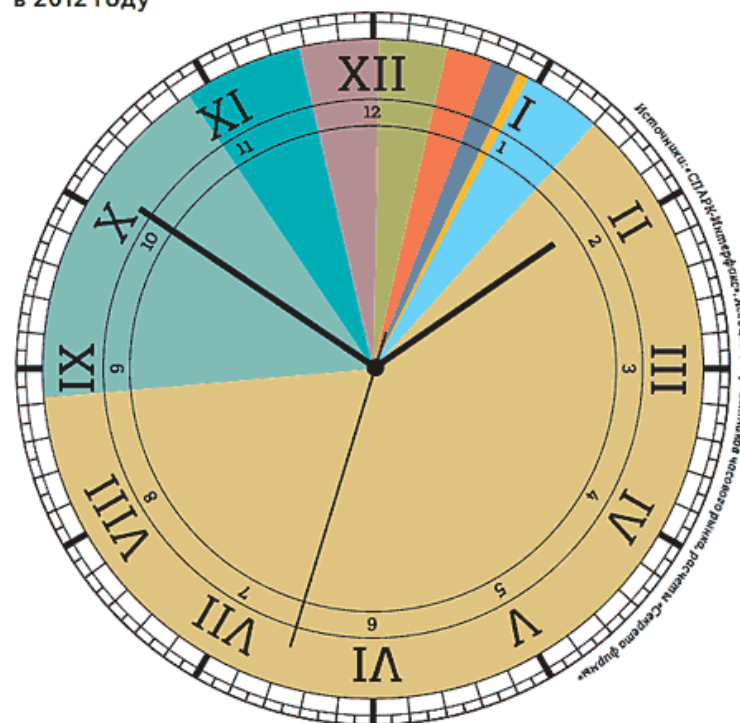
Однако на маркетинг и продвижение денег практически не осталось. "Максимум, что мы можем позволить себе в рамках нашего рекламного бюджета,— угостить кофе", — признавался Полье в одном из интервью. Между тем, по оценке директора компании "Протайм Рус" Михаила Каспарова, на раскрутку новой часовой марки требуется минимум 10 млн руб. в год. "Ракета", конечно,

**СЕКРЕТ
ФИРМЫ**

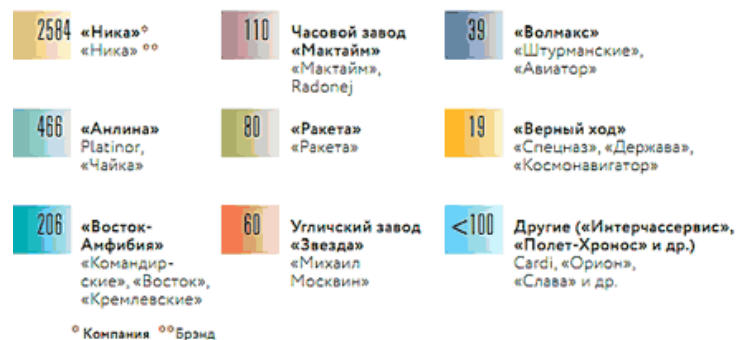
рейтинг
самых
дорогих
российских
брендов

не новый бренд, но вернуть на рынок подзабытую советскую марку — не менее сложная задача.

Выручка крупнейших российских производителей часов в 2012 году



Млн руб.



Коробочный продукт

Жака Полье всегда удивляла страсть российских покупателей к иностранным люксовым маркам. Он решил, что причина такого потребительского

поведения — 70-летнее пребывание русских за "железным занавесом". И предположил, что спустя 20 лет после развала СССР покупатели уже "наелись" зарубежных брэндов и в России могут быть популярны местные марки.

До прихода новых владельцев "Ракеты" продавались в нескольких магазинах почти по себестоимости — 1,2 тыс. руб. за штуку, столько же стоили дешевые китайские часы. Новую коллекцию из десяти моделей часов завод выпустил весной 2011 года. Полье сам разработал дизайн по дореволюционным и советским эскизам, но придал им более современный вид. Часы он решил продавать по 7-25 тыс. руб. и дороже. В этой ценовой нише находятся, например, известная швейцарская марка Tissot, владельцы которой, по словам дистрибуторов, ежегодно тратят на продвижение 10-20% выручки.

Как и многие производители аксессуаров, к раскрутке брэнда Полье собрался привлекать статусных персонажей. Благодаря связям в светской тусовке он умудряется сотрудничать с ними бесплатно. Так, Полье был хорошо знаком с российской моделью Натальей Водяновой и потомком царского дома Ростиславом Романовым. Он предложил им поучаствовать в разработке дизайна новых коллекций "Ракеты". Позже компания использовала фотографии Водяновой и Романова при размещении рекламных постеров на сайте и в соцсетях.

Продвижению "Ракеты" поспособствовал и Владимир Путин. Накануне празднования 200-летия Бородинского сражения на завод приехал помощник главы РЖД, купил часы "Ракета", а во время торжественного мероприятия глава РЖД Владимир Якунин вручил их президенту в качестве сувенира. Спустя некоторое время пресс-служба Кремля прислала Полье фотографию Путина, на которой он держит в руках коробку с часами, с автографом президента. Компания тут же поместила фото на своем сайте.

В результате бурной PR-деятельности Полье о нем и его бизнесе в России написали около двух десятков изданий.

354 сотрудника, по данным Росстата, работали в 2012 году на российских предприятиях по производству часов. Торговали часами в прошлом году 25 тыс. человек

Русский Hermes

"Я познакомился с Жаком на часовой выставке два года назад,— рассказывает генеральный директор тюменской компании "Академия времени" Александр Тропынин.— До сих пор помню его фразу: "Я хочу сделать из "Ракеты" русский Hermes". Мне понравилась его идея продвижения русского бренда".

Для российского производителя часов подобное заявление звучало слишком смело. По данным Ассоциации участников часового рынка, в 2012 году объем рынка наручных часов в России составил 20 млн штук, продукция отечественных производителей ("Ника", "Мактайм", "Восток" и др.) занимала всего 5% в натуральном выражении. А в стоимостном всего — 2%.

Но игра на патриотических чувствах владельцев бутиков, многие из которых помнили еще советскую "Ракету", часто срабатывала. Так, генеральный директор пятигорской сети бутиков "Фаренгейт" Григорий Будамян взял марку "Ракета", чтобы "поучаствовать в ее возрождении". С владелицей компании Soho Jewelry Group Юлией Визгалиной, которая управляет ювелирными бутиками в московских торговых центрах "Времена года" и "Никольская плаза", француз познакомился через своих друзей. "В бутиках

у Юлии продаются аксессуары по цене 0,5-1 млн руб., наши часы были в них самыми дешевыми,— говорит Полье.— Но Юлия захотела представить что-то русское в своих магазинах. Хотя на наших часах она почти ничего не зарабатывала".

За последние два года предприниматель заключил около 20 контрактов с несколькими известными магазинами и универмагами: петербургским Babochka, московским ЦУМом, ювелирным домом "Эстет" и другими. В октябре 2013 года часы "Ракета" присутствовали в 70 российских торговых точках. По словам Полье, продажи "Ракеты" каждый квартал растут на 150-200%, и по итогам 2013 года он планирует реализовать 40 тыс. часов. Сегодня больше продает только "Ника" (в 2012 году — 300 тыс. изделий на 2,6 млрд руб.).

Впрочем, опрошенные **СФ** игроки часового рынка считают, что продать 40 тыс. часов "Ракета" не сможет. По словам одного из дистрибуторов, максимальный объем продаж завода — от 3 тыс. до 10 тыс. единиц в год, то есть выручка может составить не более 48-160 млн руб. Один из конкурентов утверждает, что в московской рознице хорошие продажи (около 200-300 часов в месяц) у "Ракеты" только в магазинах duty free. "Молодежь, которая приходит к нам в магазины и видит "Ракету", смеется. Говорят: "Такие часы были у бабушки"",— рассказывает Будалян.

Француз признает, что розница генерирует небольшой объем продаж, а основную выручку приносят корпоративные клиенты. Появились они неожиданно.

Стальной сувенир

В 2011 году знакомые из рекламного агентства попросили Полье нарисовать подарочную



Конкурент Rolex

упаковку для бутылки водки в форме бочонка с нефтью. Позже агентство обратилось с заказом — выпустить подарочный набор часов для нефтяной компании ТНК-ВР. "Ракета"

Рекламного бюджета "Ракеты" хватит только на чашечку кофе. Но Жак Полье уверен, что возрождению советской марки это не помешает
Фото: Арсений Несходимов, Коммерсантъ

изготовила 100 штук с надписью "Нефть". После этого в офис "Ракеты" стали звонить обычные покупатели из Тюмени с просьбой продать им точно такие же часы. В 2013 году Полье выпустил линейку "Нефть" (300 единиц) в широкую продажу. По его словам, сейчас "Нефть" практически распродана.

После заказа ТНК-ВР француз понял, что нащупал новый канал продаж. Несколько сотрудников "Ракеты" стали обзванивать министерства, крупные компании и предлагать часы в качестве подарка для клиентов и сотрудников. Корпоративным клиентам часы обходятся дешевле, чем в рознице. Например, на одном из тендеров Конституционного суда РФ по поставке наручных часов компания предлагала свои изделия по 5,5 тыс. руб. за штуку. В интернет-магазинах та же модель стоила от 8 тыс. до 10 тыс. руб.

По словам Полье, за последние два года сейлзы "Ракеты" заключили контракты с "Северсталью", банком ВТБ и другими крупными заказчиками. Всего, говорит Полье, в 2012 году он исполнил 100 контрактов, объем одной поставки составлял от 100 до 400 часов. Конечно, продвижение "Ракеты" как сувенира не совсем тот путь, о котором мечтал Полье, рассуждая о соперничестве с люксовыми швейцарскими марками. Но конкуренция с другими "советскими" брэндами часов, такими как "Восток" или "Слава", ей вполне по силам.