

HELLO!



ЧАСЫ

Дэвид Хендерсон-Стюарт, "Ракета": "Рынка для русских часов не было, нам пришлось создать его с нуля"

Англичанин Дэвид Хендерсон-Стюарт — в прошлом юрист и финансист, впервые оказавшийся в России в конце 90-х. Позднее, более 10 лет назад, он станет тем человеком, кому удастся возродить легендарный часовой завод "Ракета". 2019 год ознаменовался для него еще одним запуском — премиальной марки ИПФ (Императорская Петергофская фабрика). О любви к российской истории, трудностях продвижения русских часов и своем отношении к космосу — в интервью HELLO!.

Фото: Архив пресс-служб / Текст: HELLO.RU

22.02.2023 / 19:00

Ваша история уникальна: британец, едет в Россию, восстанавливает историческое производство и выводит его на новый уровень. Где вы работали до "Ракеты" и как в принципе возникла настолько амбициозная идея — возглавить часовой завод?

До "Ракеты" у меня было очень много разных профессий: я был адвокатом в американской фирме, я работал в банках, — но все это было для меня достаточно скучно. Когда я приехал в Россию, я влюбился в эту страну и мне очень захотелось перепозиционировать русский бренд. У меня не было идеи о том, чтобы возглавить часовой завод: я о часах вообще ничего не знал, просто "заразился" идеей перепозиционировать советский бренд, любой, главное советский. Я искал его и случайно узнал, что было очень

много советских часовых брендов и что практически все заводы развалились, и оставалась только "Ракета" в Санкт-Петербурге. Так все началось.



Дэвид Хендерсон-Стюарт

С какими трудностями пришлось столкнуться, когда вы взялись за восстановление завода? И какие основные трудности возникают сейчас?

Огромной трудностью стало решение о том, что делать с заводом, ведь ничтожное количество брендов имеет свой часовой завод. Почему? Потому что очень-очень сложно производить механические часы. Это почти так же сложно, как отправлять ракеты в космос.

Это было сложное решение: сохранять ли нам и модернизировать завод или закрыть его и все покупать за границей. Мы приняли решение сохранить завод, потому что поняли, что он душа "Ракеты", наша легитимность, и именно в этом состоит аутентичность нашего бренда.

Дальше были второстепенные сложности: найти специалистов, создать школу часовщиков, модернизировать завод. Я в часах и в их производстве ничего не понимал, поэтому, наверное, допустил очень много ошибок. К тому же я недооценил, насколько в России не хотели носить российские часы. Это было 10 лет назад, еще было время, когда все смотрели на Запад, хотели иностранные бренды, и никто не хотел носить российские часы, — рынка для русских часов не было. Нам пришлось создать его с нуля.

Это удивительный бизнес-кейс, так как мы начали проект, для которого не было рынка. Никто не хотел купить наш продукт, и нам пришлось создать этот рынок — вот это было очень сложно.

Как вам удалось сохранить в бренде русскую культуру и добиться высокого качества продукции, какие-то иностранные технологии использовались? В большинстве своем, у вас работают российские или западные специалисты?

В начале я, как, наверное, и все остальные люди, считал, что русские не умеют делать часы; единственные, кто умеет, — это швейцарцы. Я потратил очень много энергии и денег, чтобы пригласить на завод специалистов из Швейцарии, которые бы объяснили российским часовщикам, как модернизировать завод.

Эти попытки всегда плохо заканчивались, потому что на самом деле у русских огромные знания и умения. Каждый раз, когда мы привозили какие-то иностранные технологии и меняли российский техпроцесс, это приводило к катастрофам, поэтому мы всегда возвращались к своему техпроцессу.

С иностранными специалистами мы давно не работаем, потому что поняли, что нам незачем искать у других, у нас есть абсолютно все знания, чтобы производить качественные часы. На нашем заводе (из примерно 150 человек) работают российские специалисты и всего двое иностранцев: я и часовщик Ксавье Жиродэ.



Завод "Ракета"





Каждая модель часов "Ракета" связана с определенной историей. Какую модель носите лично вы? И кажется ли вам, что подобный сторителлинг — отличная составляющая маркетинга, ведь это заставляет владельца еще больше любить свои часы и рассказывать о них другим?

Все модели часов "Ракета" связаны с определенной историей: это либо советский дизайн, либо покорение космоса, либо русский авангард, либо история русских подводных лодок. У нас нет часов без истории.

Сейчас я ношу часы "Ракета" Big Zero. Эта модель на 100% связана с советским дизайном. Это наша классическая модель, но она не имеет ничего общего с классикой с точки зрения швейцарских дизайнеров. И этот очень минималистичный черно-белый дизайн мне очень нравится, потому что это наша классика. Но, когда я показываю эту модель в Швейцарии, ее считают абсолютно неклассической. Это только наша русская классика.

О часах очень важно рассказывать, потому что люди уже не носят часы, чтобы определять время; они носят часы, потому что через них людям открываются какие-то интересные истории. Поэтому мы стараемся создать целую вселенную вокруг каждого часа, чтобы они вызвали эмоции и были связаны с такими великими достижениями, как покорение космоса, и чтобы люди, надевая эти часы, могли погрузиться в удивительный мир, о котором им рассказывают часы.



Часы Big Zero, "Ракета"



Как появилась идея запустить параллельно с "Ракетой" еще и премиальную марку? Расскажите о ее концепции.

"Ракета" — это советский бренд, но у нашего завода 300-летняя история. Завод был создан императором Петром Великим в 1721 году, и нам всегда было жаль, что мы никак в связи с "Ракетой" не можем использовать интересную, богатую императорскую историю предприятия.

Поскольку "Ракета" — это советский бренд, нельзя было путать разные периоды и ценности, поэтому нам пришла идея перезапустить дореволюционное название нашего завода — Императорская Петергофская фабрика. Так как фабрика была создана императором, всегда

принадлежала императорам и создавала предметы класса люкс, то было очень гармонично создать марку, которая была бы связана с русским люксом. Русский люкс еще не очень понятен в мире, но о роскоши императорских изделий знают везде.

Поэтому мы решили возродить название Императорская Петергофская фабрика (ИПФ) и изготавливать под ним часы класса люкс, потому что мы убеждены, что должен существовать русский люкс. Он аутентичен, и, даже если люди к этому еще не привыкли, то они обязательно это сделают.

Люкс напрямую связан с культурой: все иностранные бренды класса люкс, такие как Hermes, как Chanel, как Dior, связаны с историей, с великой культурой, с великим мастерством, с ручной работой. В России все это есть, все составляющие необходимые для создания бренда класса люкс. Поэтому мы убеждены, что Россия должна иметь всемирно известные бренды класса люкс, вот почему мы решили возродить ИПФ как люксовый бренд. Постепенно мы будем рассказывать про каждую из его составляющих: про историю, культуру, ценности, ручную работу и мастерство, чтобы люди знали, что это по-настоящему аутентично.



Часы, Императорская Петергофская фабрика



Вы знаете российскую историю лучше, чем многие русские. Увлекались историей еще до восстановления завода, или досконально изучили вопрос, когда решили перезапускать бренд?

Я всегда любил историю, мировую историю в принципе. Безусловно, история России намного интереснее, чем история многих других стран мира. Например, мы ничего не знаем про Швейцарию или про Бельгию; на самом деле очень мало стран, у которых такая удивительная история, как российская. Поэтому все хотя бы минимально культурные люди по всему миру слышали о Петре Великом, о Николае II, о Екатерине Великой, о Сталине, о Ленине и множестве других исторических личностей. О людях, вершивших историю в России, знают во всем мире.

Поскольку я любил историю, и довольно давно переехал в Россию, я начал читать книги по истории России. Например, я четыре раза перечитывал биографию Петра Великого. Это просто безумно интересная часть российской истории. Мне кажется, что она интересна абсолютно всем.

Кто-то из ваших иностранных друзей носит "Ракету" или ИПФ? Есть ли среди поклонников часов медийные личности?

Очень многие мои друзья носят "Ракету". ИПФ пока нет, потому что мы совсем недавно перезапустили этот бренд, но "Ракету" за границей носят очень многие, и они очень-очень любят то, что мы делаем. Среди медийных личностей, которые любят и носят "Ракету", я могу назвать, например, Артемия Лебедева, который появляется в часах Big Zero на своих видео.

Ваши часы связаны с космосом. У вас лично никогда не было мечты — стать космическим туристом? Само собой, совершив полет с часами "Ракета" на руке.

Да, ДНК "Ракеты" неразрывно связана с космосом, но лично у меня не было желания полететь туда. Я считаю, что наша Земля очень-очень богатая, здесь каждый день мы узнаем много нового. Поэтому, хотя я с восторгом слежу за достижениями космонавтов, лично мне еще есть, что изучить на Земле, я не стремлюсь за ее пределы, пока не познал ее в достаточной степени. Тем не менее, я очень горжусь, что некоторые российские

космонавты носят часы "Ракета", находясь на МКС. Мне вполне хватает того, что профессионалы выбирают часы "Ракета" для работы в этих тяжелых условиях.



Часы "Ракета-носитель", "Ракета"



Оглядываясь назад, видите ли вы ошибки, которые не хотели бы повторять в будущем? И какие планы ставите перед собой в развитии "Ракеты" и ИПФ?

Мы совершили все ошибки, какие только можно было, и в модернизации завода, и в перепозиционировании бренда, и в дистрибьюции, и в маркетинге. Во-первых, мы ничего не знали о часах и об их производстве. Во-вторых, фактически у "Ракеты" две аудитории, два рынка: российский рынок и западный. Оба рынка смотрят на бренд с абсолютно разных точек зрения, и надо было найти золотую середину и в дизайне, и в маркетинге, и в коммуникации, которая понравилась бы и тем, и другим.

Это было очень сложно, потому что мы не можем создавать разные дизайны и продвижение по двум разным рынкам. Постепенно мы очень многому научились и ни в коем случае не хотели бы повторять эти ошибки, потому что некоторые из них были очень серьезными и ставили под угрозу весь проект. Поэтому я считаю, что вся команда "Ракеты" стала намного мудрее и опытнее.

На будущее у нас очень амбициозные планы как для "Ракеты", так и для ИПФ, без сомнения, мы их достигнем, потому что у нас уже очень надежный фундамент: спрос на наши часы высок по всему миру. Сейчас проблемой для нас являются только ограничения по производственным мощностям мануфактуры. Наша задача постепенно поднять их, потому что спешка — это самый большой враг в часовом деле. А спрос сейчас колоссальный, но это хорошая проблема. Без сомнения, "Ракета" может стать очень сильным российским брендом с мировой дистрибуцией в сегменте премиум-класса. ИПФ же нужно больше времени, потому что пока мало кто про него знает. Но ИПФ может стать очень сильным российским брендом класса люкс.

<https://hellomagrussia.ru/stil-zhizni/chasi/48890-devid-hendersonstyuart-raketa-rynka-dlya-russkih-chasov-ne-bylo-nam-prishlosy-sozdaty-ego-s-nulya.html>