

ForbesLife



НИКИТА
ЕФРЕМОВ

СТАРЫЕ
И НОВЫЕ
ГОЛОВЛОМКИ



ВРЕМЯ ПЕРЕМЕН

Кардинально — именно так изменился часовой и ювелирный рынок в России за год. Прежние фавориты вынужденно сошли с дистанции, игроки второго и третьего эшелона вышли на передовую, а российские большие бренды и независимые марки получили шанс завоевать ощутимый сегмент рынка.

ТЕКСТ: ЮЛИЯ САВЕЛЬЕВА



Новинки швейцарской часовой индустрии, которые представляют на выставке Watches & Wonders в Женеве, в Россию не доходят

Большие имена, большие маневры

Закрыли бутики 11 брендов, входящих в состав швейцарской холдинговой компании Richemont Group: старые ювелирно-часовые дома Cartier, Van Cleef & Arpels и Piaget и часовые бренды A.Lange & Sohne, Baume & Mercier, IWC Schaffhausen, Jaeger-LeCoultre, Montblanc, Panerai, Roger Dubuis и Vacheron Constantin. Этот список дополнили четыре закрыты LVMH Group — Bvlgari, Zenith, Hublot, TAG Heuer, а также создаваемая в Швейцарии часовая продукция домов Louis Vuitton и Dior.

А вот с брендами, входящими в состав компании Swatch Group, произошла интересная пертурбация: Breguet, Harry Winston, Blancpain, Omega и объединявший все имена мультибрендовый магазин Tourbillon в центре Москвы закрыты. Бутики Jaquet Droz в Петровском пассаже, Longines и демократичные Swatch в ГУМе, Tissot там же и на Тверской улице работают, поскольку были выкуплены партнером-ритейлером Bosco di Ciliegi.

Точно так же открыт бутик Rado на Никольской, но управляет им компания Conquest Watches.

Другими словами, на фоне официального исхода большая часть премиальных брендов не исчезла вовсе. Продукция многих из перечисленных выше имен представлена у многолетних партнеров и ритейлеров. Стоит только изучить ассортимент действующих бутиков, мультибрендовых магазинов и прилагаемых к ним сайтов Sublime by Bosco, Da Vinci, Conquest Watches, «Тайм Авеню» и «Консул».

В онлайн-магазине Mercury представлены часы Gucci (впрочем, как и в ассортименте AllTime) и Ulysse Nardin. А закрывшийся еще в марте столичный флагманский бутик этого независимого швейцарского бренда заработал вновь через местных партнеров, компанию Conquest Watches. По примеру Swatch Group и Ulysse Nardin часть ушедших с рынка игроков продала свой сток многолетним партнерам: часы Daniel Wellington вошли в ассорти-

мент того же AllTime, а продукция Breitling пополнила предложение дистрибьютора LPI RUS.

По-прежнему крупнейшим ритейлером премиальных швейцарских часов остается компания Mercury: в ее арсенале 20 часовых марок, в том числе лидеры индустрии Patek Philippe, Rolex, Tudor, Chopard, Graff, Hublot и Zenith. Все бутики находятся в собственности Mercury, поэтому работают в обычном режиме. Но есть важное уточнение: новинок у действующих игроков искать не стоит, все они представляют модели, которые пришли в страну до середины марта 2022 года, когда запретили экспорт в Россию товаров класса люкс дороже €300.

Согласно официальной статистике Федерации часового дела Швейцарии, в январе 2023 года в Россию было поставлено 0 часов против цифры 27 719 в феврале 2022 года. Подобный спад случился впервые за все время бума на дорогие эксклюзивные модели в России.

Выход на передовую и новые фавориты

Помимо Mercury, лидирующие позиции на рынке заняли ритейлер AllTime, дистрибьютор LPI RUS и дистрибьютор «ПроТайм РУС», конкурентное преимущество которых сказалось в том, что они всегда представляли бренды разных ценовых сегментов, в том числе и демократичных. Последние сегодня либо не попадают под санкции, либо их можно ввезти в страну путем параллельного импорта. И в отсутствие прежних конкурентов на первый план выдвигаются незамеченные ранее небезытересные марки.

«Изменения в нашей работе за прошедший год похожи на перевернувшийся айсберг: ранее 75% нашего ассортимента закупалось в России, у местных дистрибьюторов, и 25% — за границей, а теперь наоборот: 25% мы приобретаем здесь и 75% везем сами. При этом бренды, с которыми мы всегда работали напрямую, от сотрудничества с нами не отказались. А вот логистика доставки и оплаты товара усложнилась в разы, но мы сумели выстроить рабочие процессы», — говорит Вячеслав Саванев, генеральный



Часы L.U.C. Flying T Twin, Chopard

ФОТО: FONDATION DE LA HAUTE HORLOGERIE / KEYSTONE / CYRIL ZINGARO

ФОТО ПРЕДОСТАВЛЕНО ПРЕСС-СЛУЖБОЙ



Часы 361L,
Jaguar



Часы Freelancer,
Raymond Weil

директор AllTime. По мнению Саванеева, рынок медленно перестраивается и на нем начнут играть существенную роль интересные, качественные часовые марки, которые раньше оставались в тени: Cuervo y Sobrinos, Mazzucato, Armand Nicolet, Titoni, Norqian и L'Duchen.

Компания-дистрибьютор LPI RUS также пересмотрела логистику бизнеса, восстановила возможные на фоне эмбарго поставки и представляет часы 18 швейцарских и европейских производителей в широком ценовом диапазоне: от Raymond Weil и Silvana до Festina и Timberland. За год из своего портфеля она потеряла только марку MVMТ, зато прибавила две, Trussardi и Saint Honore, и увеличила оборот на 20%.

«У бренда Festina открылось более 35 новых точек продаж — на эту марку случился настоящий бум. Умение вовремя найти альтернативу ушедшим брендам сегодня оказалось одним из важнейших, и те, кто этого не сделал, были вынуждены закрыть торговые точки», — рассказывает Ибрагим Ульбашев, генеральный директор LPI RUS.

Заметным событием для компании стало открытие в Москве сервисного центра LPI Watch Club. Проект готовился несколько лет, поэтому современное швейцарское оборудование, инструменты и запчасти для часов успели доставить до введения эмбарго. Свои мощности LPI RUS усилила и за счет приобретения сервисного центра ушедшего с рынка бренда Breitling.

Год назад 70% от оборота еще одного крупного дистрибьютора компании — «ПроТайм РУС» — составляли четыре бренда средневысокого ценового диапазона — Maurice Lacroix, Frederique Constant, Baume et Mercier и Oris. Сегодня их часы попали под санкции, и «ПроТайм» оперирует только стоком, а на первый план выдвинулись бюджетные марки, которые продолжают поставки в Россию: Jaguar, Candino и Swiss Alpine Military, Beverly Hills Polo Club и Lee Cooper.

«Много лет российский часовой рынок находился под давлением больших швейцарских групп, которые «по пра-

ву сильного» притесняли конкурентов. Сейчас у независимых игроков появился шанс занять достойное место на рынке, а у нас — укрепить позиции среди немногочисленных импортеров часов», — рассказывает генеральный директор «ПроТайм РУС» Михаил Каспаров.

Активизировался за последний год в России и серый рынок, это признают все официальные дилеры. И если всегда существовавшие ломбарды им не конкуренты, поскольку занимаются в первую очередь перепродажей часов сегмента haute horlogerie, то поток подделок и контрафакта может сильно усложнить для них ситуацию.

Российские часовщики на арене

Временем новых возможностей прошедший год стал и для российских часовщиков, и они ими воспользовались в силу своих производственных ресурсов, которые у всех разные. Своего рода катализатором рынка выступил впервые проведенный осенью 2022-го конкурс «Лучшие российские часы», идеологом которого стали Национальная ассоциация часовщиков и Вячеслав Медведев, организатор ежегодной выставки Moscow Watch Expo, глава сайта MyWatch.ru и YouTube-канала MyWatch-Ru. В конкурсе участвовали 27 отечественных производителей: от крупнейшего российского бренда «Ника», заводов «Ракета», «Слава» и «Молния» до независимых мастерских часовщиков Антона Суханова, Александра Нестеренко, Сергея Волкова, Антона Яицкого и Дмитрия Чугунова.

«Конкурс имел образовательную миссию, ведь большинство потенциальных потребителей практически ничего не знает об отечественных часах. Мы показали, что наши часовщики генерируют интересные идеи, просто пока не умеют красиво преподнести свой продукт. И наблюдаем, как ценители постепенно поворачиваются в сторону российских марок. Но интересуют их прежде всего качественные часы из лимитированных серий,

за которыми стоит какая-то идея», — рассказывает Медведев.

С этим согласен и Константин Чайкин, самый известный российский независимый часовщик, лауреат швейцарской премии Grand Prix d'Horlogerie de Geneve (GPHG): «Все участники российской часовой индустрии наблюдали растущий интерес к отечественному. У некоторых небольших марок впервые появился лист ожидания на их продукцию. И, насколько я знаю от коллег из брендов «6МХ» завода «Полет-Хронос», «Восток», «Слава» и «Ракета», в финансовом отношении год у всех прошел успешно и работы стало ощутимо больше».

Чайкин подчеркивает, что на фоне введения санкций проблем, в первую очередь производственных, в индустрии достаточно. Практически все игроки с собственным производством столкнулись с трудностями получения запчастей для станков и комплектующих для часов и весь год занима-

У НЕЗАВИСИМЫХ БРЕНДОВ ПОЯВИЛСЯ ШАНС ЗАНЯТЬ ДОСТОЙНОЕ МЕСТО НА РЫНКЕ, А У АКТИВНЫХ ИГРОКОВ — УКРЕПИТЬ ПОЗИЦИИ СРЕДИ НЕМНОГОЧИСЛЕННЫХ ИМПОРТЕРОВ ЧАСОВ

лись поиском каналов поставок. Происходило это на фоне серьезного подорожания и введения государством в 2022 году нового, некомфортного для всей часовой и ювелирной индустрии налогообложения.

Дэвид Хендерсон-Стюарт, директор и совладелец завода «Ракета», для которого 2022 год закончился 30%-ным ростом оборота и запуском премиального бренда «Императорская Петергофская фабрика» («ИПФ»), подчеркивает: освободившаяся на рынке ниша не означает, что нужно начать рассматривать российские часы как «импортозамещение», просто необходимо производить качественные, интересные по дизайну модели и доносить о них информацию потребителю.

Потенциал таких моделей уже работает на экспорт, и в 2022 году тенденция продолжилась. Крупнейшая часовая компания Nika имеет представительства в Казахстане, Турции и во Франции и продает свою продукцию на 18 рынках, не потеряв за прошедший год ни одного. «Ракета» продолжает экспортировать часы в 60 стран, несмотря на усложнившуюся логистику, и после участия в выставке Jewellery Arabia в Бахрейне открыла для себя рынок Ближнего Востока. Константин Чайкин впервые был участником Salon Internacional Alta Relojeria 2022 (SIAR) в Мексике и видит потенциал рынков Южной Америки, а также Индии, Африки, Индонезии и Вьетнама. Но для выхода на эти рынки практически всем игрокам придется наращивать производственные мощности, которые уже сейчас не удовлетворяют спрос. А всем прочим — поднять качество своей продукции на конкурентоспособный уровень. **FL**



Часы
«Смилодон»,
Konstantin
Chaykin



Часы Big Zero,
«Ракета»

УРОКИ ИСТОРИИ

Из онлайн-магазина часов AllTime вырос до крупнейшей в России ретейлерской сети с самым большим в Европе ассортиментом часов и ювелирных украшений — в ней представлено 20 000 моделей широкого ценового диапазона. Основатель и генеральный директор AllTime Вячеслав Саванеев рассказывает, как построил свой бизнес, почему его компания остается ведущим игроком и в кризис и зачем ему Музей времени и часов.

ТЕКСТ: ЮЛИЯ САВЕЛЬЕВА



Вы начали свою карьеру 20 лет назад. Планировали навсегда связать жизнь с часами? Насколько этот бизнес был перспективным?

Карьеру я начал даже 30 лет назад, хотя и не официально. В 1994 году, учась на последнем курсе МИФИ (Московского инженерно-физического института. — **Forbes Life**), я не видел никакой перспективы: наука начала разваливаться, и в ней себя уже было не реализовать. Все инициативные, умные специалисты уходили в бизнес. Я устроился на работу в компанию «Белка», которая продавала «японцев» — Casio, Seiko и Citizen. Планировал ли я навсегда связать жизнь с часами? Поверьте, экономическая и политическая ситуация не позволяла загадывать так далеко.

В «Белке» я работал одновременно администратором, продавцом, консультантом и кладовщиком небольшого павильона на тогдашней ВДНХ, и романтика закончилась с кризисом 1998 года. Компания закрыла свой магазин на выставке, и я оказался безработным.

Вы снова стали искать работу в сфере часового ретейла?

Не совсем так. Никаких других часовых компаний толком не существовало. А у меня не было средств даже на аренду палатки. Но в уме уже возникло понимание того, что информация рулит миром и за интернетом будущее. В 1999 году, вложив все деньги в компьютер и выучив по учебникам HTML, я сам «написал» сайт, разместил его на бесплатном домене casio-citizen.max.ru и выложил туда фотографии часов, которые были в наличии у оптовой компании. И так начал «бизнес».

Это был даже не сайт, а примитивный текстово-графический каталог с моим домашним телефоном. Мы принимали звонки, узнавали, есть ли интересующая звонившего модель на складе, выкупали ее и перепродавали. Работали «частным порядком», без юридического лица, и все заработанное вкладывали в новые часы. В какой-то момент я сам сделал полноценный онлайн-каталог всех наших моделей, а потом обнаружил его на сайте появившегося раньше нас конкурента — он целиком его украл. Этот урок заставил меня существенно расширить ассортимент и взяться за административную деятельность.

Когда частный бизнес встал на цивилизованные рельсы под названием AllTime?

В 2000 году мы зарегистрировали домен AllTime.ru и одноименное ООО. Заказали у профессиональных программистов новый сайт, подняли его на иной качественный уровень и развернули активность. Ставку сделали на онлайн, потому что были уверены: в этом формате мы представляем собой нечто весомое, а к рознице пока не готовы.

Не магазин, а скорее шоурум пришлось открыть после кризиса 2008 года: продажи в интернете падали, нужно было стимулировать их другим способом, заманивая к себе покупателя. Этот первый шоурум и перерос в итоге в полноценную розничную сеть AllTime.

История AllTime — это борьба с негативными событиями, которые впоследствии оказали позитивное влияние на бизнес. В 2014-м очередной кризис заставил нас наращивать присутствие в регионах, и теперь у нас 20 магазинов по всей стране.

ФОТО ПРЕДОСТАВЛЕНЫ ПРЕСС-СЛУЖБОЙ

Каков сегодня баланс онлайн и реальной торговли?

Многие посетители интернет-магазина до сих пор предпочитают совершать покупки в реальности. Однако около 50% всех продаж идут через кнопку «резерв» на нашем сайте: клиент изучил ассортимент, определился с выбором, но хочет убедиться в его правильности — примерить часы вживую. Оставшиеся 50% покупателей также узнали об AllTime через интернет, у нас почти нет «посетителей с улицы». Так наш сайт делает свою работу и убеждает прийти именно к нам.

Как вы справляетесь с нынешним кризисом? Как сегодня формируется ассортимент?

Все события, международные и внутренние, влияют на рынок часов, ведь это не предмет первой необходимости. В прежние годы передела рынка бренды уходили от нас не раз, приходилось искать альтернативу, и мы научились делать это весьма успешно.

Часовой рынок медленно, но перестраивается, и важную роль начинают играть небольшие интересные и качественные марки, которые раньше оставались в тени. Таких немало в портфолио AllTime, благодаря чему наши позиции даже в нынешний кризис укрепились.

Обратная сторона оттока больших брендов с рынка — это отсутствие с их стороны контроля поставок, что уже привело к огромному количеству подделок в стране, продаваемых даже на маркетплейсах. Боюсь, это может обесценить доверие к часам в целом.

В 2022 году в пространстве вашего флагманского магазина открылся Музей времени и часов. Почему вы решили принять участие в этом проекте?

Началось все со знакомства с коллекционером Леонидом Европейцевым (президентом Российского клуба коллекционеров часов. — **Forbes Life**) на выставке Moscow Watch Expo 2021. Мне понравилась его увлеченность, я и сам поклонник часовой истории. Мы предоставили ему пространство для такого музея, а он с единомышленниками уже создал потрясающую тематическую экспозицию. Думаем превратить это пространство в живой клуб для общения не только часовых экспертов, но и ювелирных художников, собрать вокруг музея интересное, знающее сообщество. **FL**

Часовой рынок медленно, но перестраивается, и важную роль начинают играть небольшие интересные марки, которые раньше оставались в тени



Часы из коллекции Hemingway, Cuervo y Sobrinos



Часы RIM Sport, Mazzucato



Экспозиция Музея времени и часов охватывает несколько веков истории отсчета времени