

НАМ НАДО ЖИТЬ ЖИЗНЬЮ СВОИХ КЛИЕНТОВ

ПИТЕР ХАРРИСОН, RICHARD MILLE

С Питером Харрисоном, генеральным директором Richard Mille EMEA, подразделения компании по Европе, Ближнему Востоку и Африке, мы встретились на регате «Паруса Сен-Барта». Часовая марка участвовала в ней не только в качестве спонсора. Питер Харрисон выступал в гонках на своей яхте класса Maxi 72 «Сорча».

— **Зачем часовщикам гоняться под парусами?**

— На самом деле, когда появились «Паруса Сен-Барта», мы не думали о гонках. Мы хотели просто приглашать клиентов покататься вокруг островов. Но через пару лет мы поменяли стратегию. Купили гоночную яхту и начали всерьез участвовать в регате. По-другому невозможно, нельзя оставаться на берегу. Нам надо жить жизнью своих клиентов.

— **Нигде нет такого количества часовых магазинов, как на островке Сен-Барт. Такое изобилие знаменитых марок можно увидеть разве что на Базельской ярмарке. И все они — ваши конкуренты.**

— На том уровне производства часов, на котором находимся мы, не стоит слишком бояться конкуренции. Средняя цена наших часов — €200–250 тыс. Если вы решили потратить 250 тысяч на часы, если вам так повезло, что вы можете себе это позволить, значит, вам не надо думать о многих неприятных вещах. Вам не надо беспокоиться о выплате ипотеки, не надо считать, сколько бензина залить в бак. Конкурировать за внимание таких клиентов — совсем другая история, чем если бы мы продавали часы за €3 тыс. С тем же успехом мы могли бы говорить о конкуренции, скажем, на рынке современного искусства. Если вы пошли на аукцион, чтобы купить картину Дэмиена Хёрста, которую оценили в €150 тыс., а затем приобретаете ее с молотка за €250 тыс., вы не удивлены. Вы так и рассчитывали. Вы же не будете, сидя в зале, размышлять: «А не купить ли мне что-нибудь подешевле?» Например, принт Дэвида Хокни за €12 тыс. Это точно наша история. Тот, кто хочет Richard Mille, не отвлекается на конкурентов. Даже если иногда просит скидку.

— **Вы встречались с такой удивительной категорией людей, как скаредные миллионеры?**

— Знаю тех, кто вечно торгуется. Один, к примеру, может сказать: «Я купил у вас десять часов. Разве мне не положена скидка?» И дело не в том, что она ему нужна. Она ему, конечно, не нужна. Просто он ее хочет.

— **В этом году вы объявили о том, что уходите с женеvского SIHH. Чем вы планируете его заменить?**

— До определенного времени SIHH был полезен для эволюции марки. Но сейчас ситуация изменилась. В Женеве мы ждали продавцов, которые должны были заказывать часы для своих магазинов. Мы больше не работаем с посторонними. Теперь у нас 40 бутиков в мире, и я сам выбираю часы, чтобы их там продавать. Для этого мне не надо ехать в Женеву. Это первая причина, по которой мы отказались от SIHH. Вторая — ситуация с журналистами. В Женеве — конвейер, вам отводится полчаса на презентацию, у вас три десятка марок, и если, к примеру, как это произошло на нынешнем салоне, одна из марок сделает сенсационно провальные часы, вы будете писать только о них, а не о наших, хороших. Мы купили имение, где будем проводить часовые презентации и приглашать туда тех журналистов, которых уважаем.

— **Вы тоже наделали шума на SIHH, выступив с вашей «конфетной» Bonbon Collection. Одним она очень понравилась, другие решили, что вы над ними чуть ли не издеваетесь.**

— Так уж сразу «издеваетесь»? На самом деле все очень просто. У нас очень много серьезных часов с серьезными механизмами. Но Ришар Миль хотел сделать часы, которые не сделал бы никто другой. Тоже серьезные, тоже с серьезными механизмами, но смешные, для удовольствия. И сделал! Мы собираемся выпустить 300 таких часов. Только 300. И все они уже проданы.

— **Ваши механизмы по-прежнему проектирует Renaud et Papi?**

— Да, сложные часы мы придумываем вместе с командой Джулио Папи, но мы также начали разрабатывать собственные механизмы с турбийоном.

— **Может быть, вы планируете построить наконец свою мануфактуру где-нибудь в Ла-Шо-де-Фоне?**

— Фабрика нам не нужна, мы уникальное производство. В этом году мы планировали сделать не более 6 тыс. часов. Обычно наше производство росло на 15% в год. Когда вы делаете 2 тыс. часов в год, еще 300 — это не много.



нам не стоит бояться соперников. Тот, кто хочет часы richard mille, не отвлекается на конкурентов

— **Richard Mille**

RM 52-05 Tourbillon

Pharrell Williams.

Турбийон с ручным

подзащитом

и запасом хода

в 42 часа сделан

в сотрудничестве

с американским

рэпером Фарреллом

Уильямсом

и выпущен

в количестве

30 экземпляров



Теперь нам пора задуматься, хотим ли мы расти в будущем году, потому что выпускать вместо 6 тыс. часов 8 тыс. — это серьезный шаг.

— **В этом году вы открыли бутик в Москве.**

— Мы очень давно хотели открыть бутик в Москве. Россия — страна, где любят сложные и необычные часы. Ваш рубль — не самая стабильная валюта, у вас сложное таможенное законодательство, но риск оправдан. У нас и до этого было немало клиентов из России, правда, покупали они Richard Mille в Лондоне, в Цюрихе или даже здесь, на Сен-Барт, где у нас тоже есть бутик на главной улице. В Москве им все-таки будет удобнее — и не только покупать часы, но и их обслуживать.

Беседовали Алексей Тарханов и Николай Зубов