

# ЧАСЫ BREITLING ДОЛЖНЫ БЫТЬ ДОСТУПНЫ ПОВСЮДУ

## ЖОРЖ КЕРН, BREITLING

Breitling Superocean Automatic 44



Breitling Avenger Swiss Air Force Team Limited Edition



Breitling Superocean Automatic 44



мы выстроили четкую линейку продуктов. даже издалека ясно, в каких из наших часов стоит наш механизм, в каких — покупной

Жорж Керн не только руководит компанией Breitling, но и владеет ее частью. В 2017 году ради нее он оставил «золотое место» в группе Richemont, где отвечал за все часовые марки. Свое путешествие по часовым владениям Жорж Керн начал с Москвы.

— Чем для Breitling важна Россия?

— Наша марка здесь очень популярна, у нас много местных клиентов, мы почти русский бренд — если судить по восприятию и дружескому отношению. Нам предстоит улучшить наши позиции здесь, нам нужны хорошие бутики в Москве и Санкт-Петербурге. И это только для начала. Россия — это ведь и Азия, и Европа.

— Открывать собственные бутики лучше, чем продавать часы через ритейлеров?

— Breitling всегда работала с агентами. С одной стороны, это хорошо, потому что снимает с тебя кучу забот, ты отдаешь часы и получаешь деньги. С другой — опасно, потому что ты не можешь контролировать то, как идет торговля, с кем, по каким ценам.

— Как вы с этим боретесь?

— Рецепт известен, мы сокращаем точки продаж, сохраняя при этом территориальную целостность сети распространения. Часы Breitling должны быть доступны повсюду, но при этом не должны предлагаться на каждом углу. Те часы, которые не успели продать, мы выкупаем. Когда-нибудь мы продадим их сами, это не скоропортящийся товар.

— Вы сторонник новой для часовщиков системы CPO — Certified Pre-Owned, заключающейся в том, что марки покупают, приводят в порядок и снабжа-

ют сертификатами и гарантией часы, которые уже побывали на руках.

— За этим будущее. Так давно работают производители автомобилей. Сейчас создаются целые платформы по продаже «подержанных» часов. Не понимаю, почему мы должны оставаться в стороне, наверняка покупатели пойдут к нам, а не к неизвестным посредникам.

— Вы не боитесь, что они будут покупать старые часы вместо новых?

— Нет, если новые часы будут лучше, то покупать будут новые.

— Много ли ваших часов в результате прежней политики продаж оказалось на сером рынке?

— Было немало, сейчас намного меньше. Метод борьбы с серым рынком, с перепродажами между дилерами, в том числе из страны в страну, состоит в том, чтобы контролировать количество еще не проданных часов и следить за объемами производства и поставок.

— Как вам помогает ваш опыт руководства другими часовыми марками?

— То, что работает для одного бренда, не всегда работает для другого. Breitling отличается по стилю от того, с чем я раньше имел дело. Но если меня и ждали неожиданности, то скорее приятные.

— Сколько часов вы производите?

— 170 тыс. часов в год стоимостью от 3 тыс. до 9 тыс. франков.

— От чего зависит цена? Точнее, как вы ее назначаете?

— Цену нельзя «назначить». Она производная. Прежде всего она зависит от механизмов, их сложности и редкости. Затем — от материала корпуса, у нас есть стальные, а есть золотые корпуса.

— Стоило ли марке разрабатывать собственные механизмы? Если бы вы десять лет назад руководили Breitling, вы бы на это пошли?

— Когда-то все марки имели собственные механизмы, потом многие перешли на покупные. Это иногда выгодно, но в конечном итоге рождает вопрос, почему часы стоят в десять раз дороже, чем базовый механизм. Разработка калибра B01, запущенного в серию в 2009 году, была очень важна для Breitling не только потому, что мы получили собственный калибр, мы получили еще и все то, что к нему прилагается, без чего его не произведешь: станки, линии, опыт — все то, что теперь составляет наш актив.

— Однако часы с мануфактурным механизмом стоят дороже. Оправданно или нет, это отсекает клиентов. Вы к этому готовы?

— Согласен, перейти исключительно на дорогие собственные механизмы было бы неправильно. Поэтому мы выстроили четкую линейку продуктов. Всегда, даже издалека ясно, в каких из наших часов стоит наш механизм, в каких — покупной.

— Вы обмениваетесь механизмами с такой авторитетной маркой, как Tudor, второй линией Rolex.

— Да, мы поставляем Tudor наш хронограф, а они в ответ снабжают нас отличными механизмами для часов с тремя стрелками.

— На Базельской ярмарке марка Breitling всегда была заметна — огромным аквариумом с экзотическими рыбами на стенде и пышными праздниками, театрализованными вечеринками, на которые каждый стремился попасть.

— Мы не будем участвовать в Базеле в следующем году, вернемся ли мы туда однажды, не знаю. Никогда не говори никогда. В плане заказов последний Базель был более чем удачен, мы продали больше, чем произвели. Рыб в аквариуме давно запретили борцы за права животных. А вечеринки запретил я, они стоили кучу денег, и когда ты платишь за все из собственного кармана, думаешь: «А все ли игрушки нам нужны?»

Беседовал Алексей Тарханов