

Елена Смирнова

# Часы, ключи и фокусы

В часовом искусстве важно не только изобретение новых механизмов, но и грамотная маркетинговая стратегия, приковывающая к ним внимание публики, считает исполнительный директор швейцарской часовой компании Corum Антонио Кальче

**Э**мблемой швейцарской компании Corum («Корум»), основанной в 1955 году Симоном Гастоном и Рене Банвортом, стал ключ. Он символизирует загадки, которые предстоит разгадать, территории, которые необходимо исследовать, секреты, которые нужно раскрыть. Кроме того, образ ключа показывает, что компания не боится сложных головоломок и готова искать точные технические решения.

В середине прошлого века новому предприятию было не просто конкурировать с именитыми производителями, уже завоевавшими крепкие позиции в часовой индустрии, и именно поэтому ему нужна была оригинальная, необычная идея, которая привлекла бы внимание. Основатели Corum решили использовать не одну, а множество идей, которые оказались действительно удачными. Благодаря этому, а также политике максимально высокого качества женские и мужские модели часов Corum быстро стали настоящим популярными.

Одно из самых интересных решений компании – часы, выполненные из золотых американских монет номиналом 10 или 20 долларов. Каждая монета разрезается пополам и служит основой для корпуса, а между половинками помещается часовой механизм. Работа поистине ювелирная, однако результат того стоит – сама идея привлекла к хронометрам немало внимания, да и выглядят они необычно. Другое изобретение – часы с выпуклым антибликовым стеклом Corum Bubble, ставшие примером авангардного дизайна и снижавшие любовь искушенной публики. Наконец, легендой стали часы Admirals Cup, для многих являющиеся эталоном спортивных часов.

Стоит отметить, что компания не только работает над оригинальным дизайном



АРХИВ - ЭКСПЕРТА С-3

своих часов, но и создает исключительные механизмы. Например, на ее счету часовой механизм, показывающий время приливов и отливов, а также линия часов с децентрированными сферами, предлагаемыми совершенно новым способом считывания времени.

Сочетание искусства и новаторских идей позволило этому бренду занять достойное место в мировой часовой индустрии. Сегодня компанию возглавляет исполнительный директор **Антонио Кальче**. Харизматичный и талантливый предприниматель придумал новый импульс развитию Corum, придумал и воплотил в жизнь эффективную маркетинговую стратегию. О том, в чем она состоит, как компания будет действовать на россий-

ском рынке, Антонио Кальче рассказал «Эксперту С-3».

## Философия «самых-самых»

– *Расскажите, пожалуйста, о ценностях бренда Corum.*

– Чтобы говорить о ценностях бренда Corum, давайте посмотрим на компанию. У нее богатая история, наш бренд – для тех, кто ценит традиции, то есть мы верны своим принципам, но при этом не консервативны. Принципы выражены в девизе, состоящем из трех слов: креативность, история и эксклюзивность. Пожалуй, именно они максимально общенно выражают все богатство бренда Corum и ценности, которые за ним стоят.

– *В чем сильная сторона вашего бренда? Что отличает его от других всемирно известных часовых компаний?*

– Corum никогда не был монопродуктовым брендом. У компании есть разные коллекции часов, из них выделяются две – Admirals Cup и Corum Bridges. Это как две разные вселенные, объединенные тем не менее нашими представлениями о высоком часовом искусстве. Первая – спортивные часы, вторая – изысканные часы сегмента high-end с уникальным пусковым механизмом. Едва ли можно найти другого часового производителя, у которого бы мирно сосуществовали и параллельно развивались два столь непохожих направления. Более того, обе коллекции равноценны, узнаваемы и любимы. То есть мы предлагаем разные коллекции и модели, при этом оставаясь цельной компанией с понятными философией, ценностями и принципами. Думаю, именно в этом наша отличительная черта и наша сила.

– *Какой маркетинговой стратегии вы придерживаетесь?*

– Маркетинговая стратегия Corum проста и ясна. Она основывается на том,

что на каждом рынке мы выбираем самых сильных партнеров. Самые выдающиеся люди, самые крупные мероприятия, самые значимые проекты. Наша компания – один из лидеров среди часовых производителей, поэтому нам близка философия «самых-самых». При этом у нас есть и глобальный, и локальный фокус. Например, Soqum выступает партнером крупнейших международных соревнований по парусному спорту America's Cup (что логично, учитывая легендарную коллекцию часов нашего бренда Admirals Cup) – это глобальный фокус. Пример локального фокуса – сотрудничество с футбольным клубом «Зенит» в России.

Еще один важный момент маркетинговой стратегии: компания всегда нацелена на долгосрочное сотрудничество. Мы заинтересованы в длительных партнерских отношениях, потому что для Soqum это партнерство – не краткосрочный рекламный контракт, когда пару лет наши часы будут ассоциироваться с известным лицом или именем, а союз с единомышленниками, которые разделяют наши убеждения и ценности. Именно это придает бренду внутреннюю силу и целостность.

### Сине-бело-голубой фокус

– В чем суть сотрудничества с «Зенитом»?

– В рамках этого сотрудничества создана лимитированная коллекция часов Admiral's Cup FC Zenit Chronograph 48. В их оформлении используются логотип «Зенита» и цвета футбольного клуба, при том что сохраняется типичная для часов этой коллекции стилистика. Эти часы в равной степени будут интересны и болельщикам «Зенита», и ценителям эксклюзивных моделей.

Наверное, более интересен вопрос, почему мы выбрали именно «Зенит». Здесь сошлись несколько факторов. Во-первых, «Зенит» – наверное, самый популярный клуб в России. За него болеют в Санкт-Петербурге и других городах, за его борьбой на международных турнирах так или иначе следит вся страна. Во-вторых, для нас важно, что «Зенит» – клуб из Петербурга, а именно этот российский город наиболее близок бренду Soqum по духу. Креативность, история, эксклюзивность – те три слова, что можно назвать нашим девизом, – абсолютно применимы и к Северной столице, ведь город похож на изысканную драгоценность, сделанную рукой мастера. И наконец, в-третьих, это партнерство имеет большое значение для меня лично, потому что я страстный футбольный болельщик и разделяю ценности игры – командный дух и полную самоотдачу.

– На кого рассчитаны эти часы?

– Надо понимать, что речь идет о лимитированной коллекции из 40 экземпляров, а не о партии 2-3 тыс. штук. И вполне очевидно, что мы выпускаем их не для того, чтобы получить огромную прибыль. Модель – символ нашего партнерства, визуализированный образ союза, который мы заключили. И главная цель – с помощью этих часов сделать так, чтобы о компании все заговорили, чтобы все вокруг буквально бурлило при обсуждении нашего сотрудничества, наших часов, нашей активности на российском рынке.

– Будет ли продолжено сотрудничество с «Зенитом»?

– Для Soqum выпуск этой коллекции – хороший повод начать серию мероприятий, направленных на продвижение бренда. Состоятся презентации, пресс-конференции, другие события. Кроме того, когда будут проходить игры «Зенита» в Лиге чемпионов, на стадионах все увидят рекламу наших часов, и это станет новым поводом для обсуждения нашего союза. В целом же наши бренды фактически заключили брак. А как все происходит между супругами? Они обсуждают планы, придумывают, что и как будут делать, чтобы не заскучать. Вот и у Soqum с «Зенитом» такая же история: будем обсуждать и планировать наши дальнейшие шаги, а какими они станут, вы увидите сами. ■

Санкт-Петербург

## ПЕРВОЕ МЕРОПРИЯТИЕ ГОДА В РОССИЙСКОЙ АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

# Auto Invest<sup>12</sup>

VI ежегодная международная конференция по привлечению инвестиций в производство комплектующих для автомобильной промышленности

14-17 февраля 2012 г.  
Россия, Санкт-Петербург,  
Холидей Инн Московские Ворота

По итогам конференции 2011 года, «AutoInvest®» был назван экспертами и ключевыми игроками рынка «Конференцией №1» в сфере привлечения инвестиций в производство комплектующих для автомобильной промышленности.

### В РАМКАХ «AUTOINVEST® 2012»:

- Заседания, пленарные дискуссии, круглые столы, мастер-классы.
- Традиционная Биржа Деловых Контакт.
- Специализированная сопровождающая выставка «AutoInvest®».
- **NEW!** «Школа развития поставщиков автокомпонентов «AutoInvest® 2012»!

Зарегистрировавшись как делегат, в качестве дополнительной опции, на безвозмездной основе, Вы можете направить своего сотрудника для участия в семинарах и мастер-классах с целью получения актуальной информации по ведению бизнеса в области производства автокомпонентов.



Дополнительная информация о мероприятии на сайте [www.autoinvest-russia.ru](http://www.autoinvest-russia.ru) или по телефону +7 812 406 70 73

#### ОРГАНИЗАТОРЫ:



#### ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:



#### ОФИЦИАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР:



#### ПАРТНЕРЫ:



#### АНАЛИТИЧЕСКИЕ ПАРТНЕРЫ:

