

## Victorinox vs Wenger. Конкуренция в рамках нейтралитета

Автор: Владимир Кравчук, журнал ["&.СТРАТЕГИИ"](#) (№7, 2007)

В 1891 году Victorinox начал поставки ножей для швейцарской армии, но в 1893 году заказ получило и другое предприятие — Paul Bochat & Cie, впоследствии переименованное в Wenger (по имени своего владельца Теодора Венгера, руководившего им в течение сорока лет). Так поставщиками армейских ножей стали две компании: Victorinox — с 1891 года и Wenger — с 1893-го. Victorinox расположен в немецкоговорящем кантоне, Wenger — во франкоговорящем. Чтобы избежать трений между двумя кантонами, швейцарское правительство, славящееся своей мудрой и дальновидной национальной политикой, приняло решение с 1908 года предоставить обоим поставщикам 50%-е заказы, и дало им право использовать государственную символику — крест на щите — для маркировки своих изделий. Швейцарский нейтралитет был сохранен и на этот раз — между самими швейцарцами.

С тех пор Victorinox называет свои изделия Original Swiss Army Knife, а Wenger — Genuine Swiss Army Knife. Разница лишь в прилагательных: «Настоящий...» и «Истинный швейцарский армейский нож» соответственно. Эмблема Victorinox — на красном фоне щит, на котором расположен белый крест. Wenger использует такой же крест и фон, только в квадрате с закругленными углами. В любом случае обе фирмы производят армейские ножи уже более ста лет, и обе удовлетворяют одним и тем же требованиям и спецификациям, которые диктуются швейцарской армией.

Имея столько общего, было бы логичным, если бы одна из фирм радикально сменила позиционирование или визуальные характеристики бренда в попытке дифференцироваться или же если бы они объединились. Но первого не случилось, а второму предшествовало больше 100 лет конкурентной борьбы, в которой компания Wenger всегда была на почтительном расстоянии от репутации Victorinox. Wenger довольствовалась ролью «второго лучшего», прямо используя тему конкуренции с лидером в своих рекламных сообщениях. Victorinox, как и подобает лидеру, делала вид, что конкурента не существует, и ни в промоматериалах, ни в рекламе его не упоминала.

Оба бренда, казалось, копировали производство и процессы друг у друга, выпуская ножи с идентичными функциями и логотипами. Так, двигаясь параллельно, обе фирмы продолжали брендировать собственные продукты как бескомпромиссно качественный символ традиции и мастерства.

В 1992 году дистрибьютор Wenger в США и Канаде возбудил иск против компании Forschner, дистрибьютора Victorinox, обвинив ее в монопольном использовании бренда Swiss Army. Стороны нашли общий язык, договорившись, что Forschner оставит за собой часы, компасы и солнцезащитные очки, а дистрибьютор Wenger может использовать Swiss Army в любой другой неножевой продукции.

Возможно, именно угроза со стороны дешевых азиатских подделок, которые можно купить почти в любой точке мира, заставила Victorinox поглотить конкурента в 2005 году. Хотя подделки и выглядят, как настоящие (или «истинные») швейцарские армейские ножи, их ужасное качество сильно подпортило репутацию брендов и продолжает ее разрушать. Компания Wenger, испытывающая на момент поглощения финансовые трудности, сохранила свой бренд с символикой под патронатом Victorinox, и сегодня оба бренда развиваются параллельно.

Интересно, что в честь 100-летнего юбилея производства ножей для швейцарской армии компания Wenger создала свой аналог представленному в Нью-Йоркском музее современного искусства знаменитому SwissChamp. «Абсолютный» нож под названием «Гигант», занесенный в книгу рекордов Гиннеса — воистину грандиозный экземпляр многофункционального инструмента. Этот нож с 87 инструментами, с помощью которых можно осуществить 141 разных операций, весит 3250 г. и стоит \$1000-1500.