

Керамическая предопределенность

НОВЫЙ БУТИК RADO В МОСКВЕ

Алексей Тарханов



В МОСКВЕ, на внутреннем проезде Петровского бульвара, в старинном здании павловской гостиницы появился магазин одной из самых современных часовых марок Rado. История ее весьма поучительна. В 1917 году вместо того, чтобы бегать по улицам с красными флагами, швейцарцы создали часовую мануфактуру, которая стала специализироваться на механизмах.

Механизмы Schlup & Co. покупали охотно, и так продолжалось до 1950-х, когда решено было перейти к выпуску собственных часов. Именно 1957 годом датируется первая модель, вышедшая под именем «Радо» — не скроем, куда более благозвучным, чем «Шлюп и компания». А вскоре Марк Ледерей, главный дизайнер Rado, придумал, что же будет отличать эту марку от других во веки веков, аминь. Не странно ли, сказал он своим сотрудникам, что мои золотые часы, которые я купил, чтобы носить ближайšie сто лет, поцарапались на второй день, и я вынужден отдать их в полировку. За сто лет я сотру золото до механизма. Если человечество может летать быстрее звука, запускать в космос искусственные аппараты и убивать бактерии антибиотиками, почему бы не дать нашим клиентам действительно вечные часы, над которыми само время будет не властно.

Специалисты Rado принялись экспериментировать с самыми современными по тем временам металлическими сплавами, но постепенно обратили внимание на керамику — прочную, приятную на руке и не вызывающую аллергических реакций. В 1968-м вышла первая керамическая модель Rado, и с этого момента марка приобрела главное — собственное лицо. Ее не спутаешь ни с какой другой даже сейчас, когда керамику используют многие, хотя чаще всего в качестве декоративного материала. Для Rado это не декорация, весь смысл Rado в керамике.

ТАКАЯ КУЛЬТОВАЯ ВЕЩЬ, КАК ЧАСЫ RADO, НУЖДАЕТСЯ ЛИШЬ В НЕЗАМЕТНЫХ ИЗМЕНЕНИЯХ, НАВЯЗАННЫЙ ИЗВНЕ ДИЗАЙН ЕЙ ПРОТИВОПОКАЗАН

И в черном цвете. У них есть, конечно, и очень удачные белые серии с керамикой, теплой на ощупь, как слоновая кость. В витринах московского магазина лежит даже модель с красным ремешком, но все же задача ее скорее оттенять дзенскую черноту классических Rado. Последние годы Rado меняет свой образ. Сейчас это прежде всего дизайнерские часы, и новый концепт марки напоминает о родившихся в той же Swatch Group часах Swatch, окрещенных Николасом Хайеком-старшим Second Watch. Все чаще Rado покупают в качестве дополнительных часов на каждый день. Другое дело, что Rado, не соперничая в ценах с главными соседями по группе вроде Breitling или Blancpain, которые стоят десятки и сотни тысяч евро, находятся все же в несравненно более высокой категории, чем бюджетные Swatch. Недаром два года назад, когда Rado открывали свой главный европейский магазин в Вене, на Кертнерштрассе, на полпути между оперой и Святым Стефаном, они пригласили — для того чтобы сделать к открытию специальную серию часов — английского дизайнера Джаспера Моррисона. Фаната простоты, который, по собственному признанию, в кино смотрит только на декорации, мало увлекаемая экранными историями. Его книга о дизайне, названная «A World Without Words», прекрасно описывает его метод: культовая

вещь, такая как часы Rado, нуждается лишь в незаметных изменениях, навязанный извне дизайн ей противопоказан.

Может показаться, что, изготовив вечные часы, инженеры одним махом срубили сук, на котором сидели. Не тут-то было. Статистика показывает, что одними часами Rado почти никогда дело не ограничивается, и радость коллекционеров, изучающих едва заметную разницу в размерах и рисунке, не менее остра, чем радость нумизмата, сравнивающего высоту чеканки и четкость рисунка золотых соверенов.

Но для нового человека эти особенности Rado надо ясно объяснить и наглядно показать. Для этого и создан монобрендовый магазинчик на внутреннем проезде Петровского бульвара. В отличие от зеркально черного бутика в Вене он сочетает в интерьере черные и белые панели и выглядит куда более оптимистичным. Хотя с этими панелями хозяева изрядно намучились. Что там часы! Даже качественные деревянные не сумели сделать в России, пришлось их везти из Европы.

Ну а кроме деревяшек к торжественному открытию приготовили специальные модели нумерованной серии Sintra Black Jubile. Они существуют в четырех размерах — S, L, XL и XXL — и будут продаваться только здесь, на московских бульварах. Думаю, коллекционеры уже начали их резервировать.