НАШИ КОЗЫРИ — НОВЫЕ МАТЕРИАЛЫ И ДИЗАЙН

МАТИАС БРЕШАН, ГЛАВА RADO

Новая коллекция **Rado True Thinline** замечательна самыми тонкими в мире — 5,5-миллиметровыми — керамическими часами. Модели с круглым циферблатом спроектированы как единое целое с браслетом, имеющим толщину не более 2,3 мм. Эти почти невесомые керамические часы продолжают дизайнерское направление Rado

Матиас Брешан командует Rado с января 2011 года. Впрочем, 47-летний австриец немало поработал на Swatch Group: сначала в Swatch, потом в качестве главы Hamilton. Брешан, увлекающийся современным искусством и дизайном,— хороший выбор для Rado, поставившей на дизайн и за последние пять лет в нем весьма преуспевшей.

— Что вы думали о своей новой марке, когда соглашались ее возглавить?

— Я понимал, что у Rado огромные преимущества. Мы очень удачно позиционированы. Мы не замахиваемся на сверхдорогие сегменты рынка. Grand complication — это не наше, мы этого не хотим. Зато мы находимся в уникальном положении в самом сложном и конкурентном сегменте. В нашей ценовой категории мы делаем то, что ни один другой бренд не умеет. Наши козыри — новые материалы и дизайн, в этом никто с нами не сравнится.

— Но ведь у всех есть недостатки. Даже у Rado.

— Есть, но я бы назвал их продолжением наших достоинств. Мы работаем с новыми материалами, постоянно экспериментируем, и это требует огромного количества времени и сил. Таких мучений не знают марки, работающие с традиционными золотом или сталью.

— Сколько времени у вас уходит на новую модель.

— От полутора до пяти лет. Бывает и дольше.

— Но при этом вы не тратите время на разработку механизмов, что отнимает у других львиную долю сил.

— Зато у нас керамика! Для каждой детали мы должны создавать специальную форму, специальный инструмент. Керамика не делается на станках. И если мы разрабатываем часы, в которых два-три разных диаметра корпуса, да еще и два-три варианта звеньев браслета, нам предстоит разработать огромное количество форм. Ко всему прочему, мы стараемся совершенствовать материалы, создавать что-то лучше керамики.

— А что может быть лучше керамики для часового корпуса?

— Керамика — волшебный материал, но и у него есть недостатки. Да, она неаллергенна, она не царапается, она практически вечна, она тверда, как алмаз, но керамика остается хрупкой. Она может разбиться. Поэтому мы ищем возможности ее усовершенствовать. Один из вариантов мы предъявили в этом году. Я говорю о материале, называемом CeraMos. Это эволюция нашего CeraMet, который был сделан в 1993-м и сочетал качества керамики и металла. CeraMos лучше стандартной керамики. Он еще более твердый. Он более удобный в обработке. У нас были трудности с CeraMet, потому что он плохо поддавался литью под давлением и потому ограничивал разнообразие формы. Мы были обязаны сохранять очень сглаженные углы — CeraMos позволяет делать такие углы, какие мы хотим.

— С механизмами все по-прежнему? Вы будете получать их от вашей Swatch Group?

— Основная часть нашей продукции и дальше будет комплектоваться механизмами марки ETA — одними из самых эффективных среди существующих сейчас на рынке. В этом огромное преимущество членства в такой мощной группе, как Swatch. Но для некоторых специальных продуктов мы намерены разрабатывать и особые усложнения. Скорее хай-тековские, чем классические, как это было сделано в прошлом году в Ceramica Digital Automatic с электронным циферблатом, но берущим энергию от классического подзавода. Нечто более дизайнерское, более молодежное.

— Вы думаете привлечь молодежь? У Rado всегда был образ модного футуриста средних лет...

— Это правда, но и этот образ мне симпатичен. Это тоже молодой человек, хотя и в возрасте. Мы обращаемся ко всем, кто молод — в смысле своей самооценки.

АЛЕКСЕЙ ТАРХАНОВ

дизайнерам rado предстоит разработать огромное количество новых форм

— И в смысле ваших цен?

— Согласно правилам Swatch Group каждая марка работает в своем сегменте цен, и Rado останется в пределах заводской цены от одной до трех тысяч франков.

— Кстати, о связи марок в Swatch Group. Раз вы получаете механизмы, может быть, и вы ответите добром и сделаете для них что-нибудь керамическое?

— Уже сейчас у многих наших марок есть, например, керамические поворотные кольца вокруг циферблата. Но стопроцентно керамические вещи будет делать именно Rado, нам же останется и честь разработки новых материалов. Swatch —единственная группа, которая имеет свое, стопроцентно собственное, керамическое производство. А от материала зависит многое, например присущий нам особый дизайн.

— Продолжится ли сотрудничество с автором r5.5. Джаспером Моррисоном? Или с другим известным дизайнером?

— Никакая марка не может продать продукт без дизайна, но Моррисон привнес очень необычное отношение к проекту, куда более глубокое, чем при обычной работе дизайнера с часами. Зачем нам известный дизайнер? Просто пригласить звезду и использовать ее имя для пиара? Нет, мы этого не хотим, мы хотим, чтобы участие дизайнера что-то привносило и в образ марки, и в образ мыслей нашей команды. Чтобы это нам помогало в будущем. Джаспер Моррисон с его принципиальным минимализмом, с его этическими принципами, с его человеческой тонкостью — идеальный вариант. И мы продолжим сотрудничество.

— То есть, скажем, Филипп Старк бы вам не подошел?

— Старк? Нет. Взять Старка только потому, что он Старк? Лучше пригласить человека, который больше подходит к образу марки: глубокого, тонкого, необычного, как Моррисон.

— Трудно работать с такими людьми?

— Нелегко. Но если создание нового продукта идет очень просто, это всего лишь значит, что вы сделали слишком много компромиссов.

Беседовал Алексей Тарханов