РОВЕСНИЦА РЕВОЛЮЦИИ
100 ЛЕТ МАРКЕ RADO
УРС ДЮМАРЕ

ПРЕДОСТАВЛЕНО RADO

__На фабрике в Ленгнау собирали механизмы Schlup & Co.

ПРЕДОСТАВЛЕНО RADO

__**Rado** DiaMaster. Корпус из плазменной высокотехнологичной керамики, бриллианты

ПРЕДОСТАВЛЕНО RADO

__Часы **Rado** начала 1950-х годов

__**Rado** DiaMaster Power Reserve. Корпус из плазменной высокотехнологичной керамики, автоматический механизм

__Реклама конца 1950-х годов, в которой Rado — название одной из моделей Schlup & Co.

Марка Rado отсчитывает свою историю с 1917 года. Именно тогда три брата Шлюп основали в швейцарском городке Ленгнау компанию Schlup & Co., которая производила часовые механизмы и детали. В 1928 году они зарегистрировали торговую марку Rado.

Механизмы Schlup & Co. по-прежнему 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 Rado. Вскоре Марк Ледерей, главный дизайнер марки, придумал, что же будет отличать ее от других.

Rado поставила перед собой задачу создать часы, которые не требовали бы ухода и могли бы служить владельцу всю жизнь (в послевоенном мире никому еще не приходила в голову такая идея), и нашла свой идеальный материал — керамику. Легкая, прочная, гипоаллергенная, именно она определила лицо марки с 1989 года, когда появились знаменитые Ceramica, первые в истории часы с полностью керамическим корпусом.

За тридцать лет «докерамической» эпохи на часовой рынок вторгся кварц. Изобретение швейцарских инженеров вернулось к ним из Азии в виде нашествия дешевых японских часов. История победы швейцарского часпрома, увенчавшаяся созданием Swatch Group, к которой ныне принадлежит и Rado, хорошо известна. Один из итогов кварцевой войны оказался принципиально важен для марки.

В эти годы были усовершенствованы механизмы, которые до сих пор двигают стрелки часов по всей планете. К кварцу часовые коллекционеры относятся с предубеждением, но именно для Rado он был замечательным приобретением. Не очень удобно, когда в часы с практически вечным корпусом ставится механика, требующая постоянной ревизии и завода. Rado с ее часами, построенными по принципу «надел и забыл», оказалась одной из немногих марок, идеально приспособленных для кварцевого механизма. Это было хорошей новостью.

Плохой было то, что вечные часы перестали казаться достойной целью. В мире появилась категория одноразовых моделей, которые можно коллекционировать, а можно, если хочется, и выбросить. Такого не было раньше. В механическую эпоху сверхдешевых часов не существовало, а дешевые были дешевы только потому, что они не шли, а стояли. Сегодня, чтобы сменить хорошую модель на лучшую, есть достойный мотив — мода. С появлением Swatch любой человек, а не только безумный коллекционер, мог располагать десятками часов. На все случаи жизни. В мире пластикового разнообразия вечные черные часы рисковали потерять смысл.

Керамика Rado продолжала совершенствоваться. В 2004 году появилась знаменитая модель V10K, прочность корпуса которой была равна прочности алмаза, и, наконец, в начале 2007-го, к 50-летию марки, вышла Ceramica Chrono. Она выглядела совершенным черным квадратом Малевича и точно так же, как знаменитое полотно, не предполагала дальнейшего развития. Цель была достигнута — это были действительно почти вечные часы, но публика не хотела раньше времени заглядывать в вечность. К тому же керамика перестала быть ноу-хау марки, многие сделали на ней новое имя, как поступила, например Chanel, запустившая керамическую линию J12.

В поисках отличной от других модели коммуникации в Rado решили, что лучший путь — это работа с дизайнерами. Среди дизайнеров, с которыми марка в разное время сотрудничала, были франкоизраильтянин Арик Леви, швейцарец Карл Герстнер с его незабываемыми цветными Carpe Diem или британец Джаспер Моррисон, спроектировавший архетипические квадратные часы r5.5, и Константин Грчич, переосмысливший классическую модель Ceramica. Каждый из них сумел оценить уникальные возможности, которые дает художнику Rado.

В год своего столетия марка использует сразу все свои козыри. Это новые материалы, в использовании которых она имеет больший, чем у конкурентов, опыт; богатство механизмов — не только кварцевых, но и традиционных, их способна предоставить промышленность Swatch Group; а также готовность вести дизайнерские разработки, меняя сам художественный образ часового дела.

Перевел с французского Алексей Тарханов