

МЫ ВЕРНЫ КЕРАМИКЕ

АДРИАН БОССАРД, RADO



— **Rado Captain Cook Bronze Burgundy** в бронзовом корпусе с поворотным кольцом из керамики, механизм 11½ Rado calibre 763 с автоподзаходом и 80-часовым запасом хода



— **Rado True Square Open Heart in Rhodium** в корпусе из керамики, механизм с автоподзаходом и 80-часовым запасом хода

мы планируем выпускать примерно пять дизайнерских моделей в год, речь идет как о часах из основных коллекций марки, так и о специальных моделях

Швейцарец Адриан Боссард в июле 2020 года возглавил занимающую особое место в Swatch Group швейцарскую марку Rado. Ее специальность — дизайн и новые материалы. До этого Адриан Боссард 17 лет командовал маркой Certina, а в 2008 году прибавил к своим обязанностям руководство Union Glashutte. Свое первое интервью для российского рынка он дал корреспондентам «Стиль. Часы».

— Легко ли вам было сменить Certina на Rado, а Ле-Локль на Лангнау?

— Когда Ник Хайек, глава Swatch Group, предложил мне этот пост, во мне боролись два чувства: огромная радость, потому что Rado прекрасная марка, и грусть, что приходится расставаться с коллегами из братских Certina и Union Glashutte. И все же решения о переходе из одной марки в другую должны приниматься не только из соображений престижа, а по велению сердца. В моем случае так это и есть: еще 30 лет назад я получил Rado Integral в качестве свадебного подарка. Так что моя личная история с Rado началась еще тогда.

— Какое место на рынке, на ваш взгляд, занимает Rado?

— Марка уникальна: дизайн, материалы, позиционирование — глядя на множество часов на прилавке, вы с первого взгляда узнаете, какие из них Rado. Что касается конкретных рынков, наши позиции особенно сильны, например, на Ближнем Востоке, в Австрии, Германии, Швейцарии, в России Rado тоже становится все более популярной.

— В каком ценовом сегменте сегодня существует Rado и к чему она стремится?

— К счастью, мы действуем в рамках группы, где ценовой диапазон каждой марки четко определен. Rado находится в ценовом диапазоне от 800 до 4 тыс. швейцарских франков. Средняя цена наших часов — 1800–2300 франков, то есть в районе 2 тыс. Моя цель — усилить наши позиции в нижнем ценовом сегменте. Активнее выпускать часы стоимостью около тысячи

швейцарских франков. Вторая моя цель — завоевать позиции в высоком ценовом сегменте. В часах от 3 до 3,8 тыс. франков. Но мы никогда не выйдем в люксовый сегмент, не начнем продавать часы по 5–6 тыс. и дороже.

— Однако в последние годы у Rado стали появляться модели, которые больше похожи на Longines, куда ушел прошлый директор марки Матиас Брешан, чем на Rado.

— Конечно, у нас есть такие модели. И да, они, возможно, похожи на модели Longines. Но мы создавали их исключительно как нишевый продукт, это не наш основной бизнес. Мы верны керамике, все остальное — лишь дополнительные проекты для определенной аудитории.

— Какова доля механических и кварцевых часов в ассортименте Rado?

— Количество выпускаемых механических часов из года в год растет. Не потому, что мы перестали выпускать кварц, просто такова тенденция в сегодняшнем часовом мире. Клиенты из Азии уже давно ориентированы на механику. А в последние годы эта тенденция все отчетливее прослеживается и в Европе. Сегодня где-то 55% наших продаж — это механика, а 45% — кварц.

— Увидим ли мы когда-нибудь часы Rado с осложнениями?

— Никогда не стоит говорить «никогда». У Swatch Group огромный опыт в создании механизмов. Например, в новых часах Captain Cook мы установили усовершенствованный механизм ETA. Мы готовы выпускать ограниченные серии часов с простыми осложнениями. Конечно, у нас не будет столь сложных часов, как у Blancpain или Breguet, это не наша территория. Наша — это материалы, это дизайн, а также максимально точные механизмы.

— Последнее время все больше других производителей обращают внимание на керамику. Как вы планируете отличаться от тех, кто хочет быть похожими на вас?

— Что ж, мы не можем запретить другим использовать керамику. Но у нас за плечами огромный опыт работы с ней, который исчисляется уже почти четырьмя десятилетиями. Мы часто покупаем керамические часы других марок, чтобы сравнить их с нашими. Анализируем качество материалов, технологии производства и всегда остаемся горды собой, так как понимаем, что по-прежнему находимся впереди всех.

— Rado работает с дизайнерами и представителями мира искусства. Намерены ли вы начать сотрудничать с миром спорта?

— Мы уже пришли в мир спорта. Мы работаем с теннисным турниром в России, кроме того, с турниром в Вене, который выиграл в прошлом году россиянин Андрей Рублев. Что касается дизайна, то за последние годы мы успели поработать с художниками со всего мира — из Италии, Китая, Индии, Японии. И мы продолжим это делать. Мы планируем выпускать примерно пять дизайнерских моделей в год. Причем речь идет как о часах из основных коллекций марки, так и о специальных моделях. О возможности для дизайнеров создавать их для одного из самых известных швейцарских брендов — Rado.

Беседовали Алексей Тарханов и Кирилл Сарханянц