

CZAS

ZEGARKI
RADO

CERAMICZNA LEKKOŚĆ BYTU

RADO SŁYNIE Z PRODUKCJI ZEGARKÓW Z MATERIAŁÓW PRZYSZŁOŚCI, TAKICH JAK LANTAN CZY DIAMENTY. JEDNAK TO DZIĘKI CERAMICE ZEGARKI Z LOGO SZWAJCARSKIEGO PRODUCENTA SĄ TAK ROZPOZNAWALNE

Prace nad stworzeniem V10K – najtwardszego modelu w ofercie Rado – trwały ponad 10 lat



Na czele należącej do Swatch Group marki stoi obecnie **Matthias Breschan**

Radwańska. Polka promuje model z kolekcji HyperChrome.

Rado swoje powodzenie zawdzięcza przede wszystkim determinacji. Podczas gdy wiele firm zegarkowych skupia się głównie na doskonaleniu wnętrza, czyli mechanizmów i komplikacji, Rado stawia raczej na nietypowe wzornictwo i ulepszanie materiałów, z których zegarek jest wykonany. Droge do sukcesu marce otworzyli trzej bracia: Werner, Fritz i Ernest Schlup. To właśnie oni w 1917 r. uruchomili

fabrykę zegarków pod nazwą Schlup & Company w małym miasteczku Lengnau w Szwajcarii. Przez pierwsze 40 lat istnienia firma dostarczała wyłącznie mechanizmy. Dopiero w 1957 r. po zmianie nazwy na Rado Uhren AG wprowadziła pierwszą kolekcję zegarków naręcznych. Nie wyróżniały się jednak niczym szczególnym.

Ówczesny projektant marki – Marc Lederer – bardzo chciał to zmienić, występując z dość śmiałym i jak się okazało, przełomowym pomysłem. Zauważył, że większość proponowanych czasomierzy jest wykonana ze stali i złota. W dniu zakupu, owszem, są piękne, ale szybko pojawiają się na nich rysy wymagające polerowania. Jedynymi materiałami znanymi ówczesnie z niezwyklej wytrzymałości były spieki węglkowe wykonane z węgla wolframu i tytanu, które stosowano do produkcji narzędzi i wyspecjalizowanych, nowoczesnych urządzeń. Efektem zastosowania tego materiału było wyprodukowanie w 1962 r. pierwszego zegarka odpornego na zarysowania pod nazwą DiaStar. Od tego momentu Rado do produkcji czasomierzy wybiera materiały przyszłości, takie jak lantan, diamenty czy ceramikę, z którą najbardziej jest kojarzony. Trwałe, doskonale dopasowujące się do nadgarstka, odporne na uszkodzenia.

I tak poszukiwanie nowych rozwiązań i przekraczanie granic dostępnych możliwości definiuje funkcjonowanie marki na rynku. Od 16 lat Rado jest częścią Swatch Group, a to oznacza dostęp do jeszcze nowocześniejszych technologii opracowywanych w tamtejszym dziale badań i rozwoju oraz ewolucję procesu produkcji.

– Wielka zmiana w procesie technologicznym zaszła dwa lata temu wraz z pojawieniem się modelu HyperChrome – mówi Matthias Breschan, obecny prezes Rado. Kiedyś wytwarzanie zegarków przypominało nieco produkcję samolotów i bolidów Formuły 1. Najpierw powstawał szkielet, a następnie ubierano go w odpowiednią „skórę”. Teraz wszyscy starają się zintegrować obie te części w ramach jednej struktury.

– Tak samo jest z naszymi zegarkami. Stworzenie koperty z pojedynczego bloku

Nowość Rado
Esenza Ceramic Touch to model bez koronki, obsługiwany dotykem

Jubileuszowa limitowana edycja modelu DiaStar, wydana 50 lat po debiucie zegarka DiaStar 1



ceramiki pozwala nam na nadawanie czasomierzom kształtów, o których kiedyś mogliśmy tylko pomarzyć – mówi Matthias Breschan.

Innowacyjne materiały to niejedyny składnik DNA marki. Drugim jest oczywiście specyficzny design, za który Rado wielokrotnie było nagradzane, między innymi prestiżowym tytułem Red Dot Award. Doceniono funkcjonalność formy, minimalistyczny styl, nietypowe kształty, które nie pozwalają pomylić czasomierzy Rado z żadną inną marką. W ciągu ostatnich lat, wraz z kolekcjami DiaMaster, D-Original czy HyperChrome, wzornictwo szwajcarskiego producenta zmieniło się.

– Nowe technologie pozwoliły nam stworzyć zegarki, jakich nie mieliśmy szans wyprodukować w przeszłości – mówi Breschan.

Korzystna okazała się też współpraca ze znanym designerem sztuki użytkowej Jasperem Morrisonem, który zaprojektował kopertę ceramiczną modelu R5.5 z kolekcji D-Star. W przyszłości można się więc spodziewać kolejnych egzemplarzy przygotowywanych we współpracy ze znanymi osobami z rynku sztuki i mody. Ma to pomóc w utrzymaniu specyficznego stylu marki, dzięki któremu jest tak dobrze rozpoznawalna.

TOMASZ KIEŁTYKA

Tenisistka **Agnieszka Radwańska** została międzynarodową ambasadorką marki Rado



Charakterystyczny design, czerń i ceramika – to nieodłączne cechy, które kojarzymy z marką Rado. Niewielu wie, że zegarki tego szwajcarskiego producenta należą także do jednych z najbardziej wytrzymałych na świecie. Lekkie, wykonane z odpornych na zarysowania materiałów zdobia nadgarstki między innymi gwiazd tenisa: Andrew Murraya i Julii Görges. Do ich grona dołączyła niedawno Agnieszka



FOT. MATERIAŁY PRASOWE