

# Forbes Life

ОКТАБРЬ 2024

Лучшие  
компании  
и главные  
тренды  
интерьерной  
индустрии

№02 (75)

№02 (75)

FORBES LIFE • ОКТЯБРЬ 2024

Дэвид Хендерсон-Стюарт

управляющий директор часового завода «Ракета»

«К

осмос — самая главная составляющая ДНК «Ракеты». Бренд был создан в 1961 году в честь первого полета человека в космос, совершенного Юрием Гагариным. С тех пор производство часов для космонавтов и часов с космической тематикой стало традицией. Например, часы для космонавтов из фрагмента металла ракеты «Союз» и ткани скафандра «Сокол» были разработаны совместно с «Роскосмосом», часы «Коперник» или «Русский Код» связаны с движением планет в Солнечной системе.

У нас есть модель «Ракета» Big Zero, основанная на одном из самых известных советских часовых дизайнов 1970-х годов, с большим нулем вместо цифры 12 на циферблате. И если остальные наши модели рассказывают истории о космосе, полярниках и подводниках, то Big Zero — это чистый дизайн и яркий пример того, как долго мы искали свою идентичность. Несколько лет назад в од-

ной из первых моделей Big Zero мы использовали гильошированный циферблат с маленькими цифрами, так как тогда мы опасались отличаться от других. Однако после выпуска модели мы поняли, что нужно вернуться к истокам. Советская модель стала классикой «Ракеты», известной во всем мире до сих пор, и ее дизайн на самом деле несколько не устарел. Он очень прост и лаконичен, но в то же время необычен и не похож ни на что другое.

Уникальный дизайн особенно важен, потому что сегодня механические часы — это в первую очередь искусство. Люди больше не носят их для того, чтобы определять время. Они стремятся испытать определенные эмоции, когда будут смотреть на свое запястье, и выбирают часы скорее исходя из эстетических предпочтений, чем из практических соображений.

Вообще Россия — удивительно креативная страна. И это не только сейчас, так было всегда. Самое главное в нашей работе — соответствовать ДНК бренда «Ракета». Поэтому в нашей коллекции вы не найдете часы, созданные по классическим стандартам дизайна. Мы никогда не делаем фокус-группы или опросы, потому что точно знаем: сила нашего бренда в правилах, которые заложены даже не нами, а сложились исторически за долгое время существования завода».

