



È TEMPO DI PUNTARE ALLE STELLE: NEL 2020 ZENITH DISEGNA NUOVE VIE

Le Locle, 3 settembre 2020: Presso la Manifattura Zenith, il CEO Julien Tornare ha esposto la sua visione del marchio presentando la filosofia "Time to Reach Your Star".

Zenith ha sempre accompagnato le persone che sognano in grande, determinate a realizzare i propri obiettivi. "Time to Reach Your Star" è il credo di Zenith fin dalla sua fondazione. Non si tratta di un semplice slogan o motto, ma di una vera e propria filosofia che abbraccia tutte le strategie del marchio sin dagli esordi. Nel corso degli ultimi due anni, il mantra "Time to Reach your Star" ha caratterizzato ogni aspetto di Zenith: i suoi prodotti, la sua identità, il design della boutique e i personaggi unici che incarnano questa filosofia, nel passato e nel presente.

È cominciato tutto con Georges-Favre Jacot, un visionario del XIX secolo che sognava di produrre gli orologi più precisi al mondo e, a soli 22 anni, decise di creare la prima manifattura orologiera svizzera. Una notte, mentre stava uscendo dalla manifattura dopo aver messo a punto gli ultimi particolari del suo nuovo cronometro (che avrebbe poi vinto numerosi premi), Georges Favre-Jacot guardò in alto e realizzò di aver raggiunto la sua stella, il suo "zenith": il punto più alto del cielo. Decise allora di chiamare il calibro con lo stesso nome della manifattura Zenith, che indica l'apice della traiettoria di una stella.

Da quel momento, Zenith ha continuato ad accompagnare figure straordinarie che hanno portato avanti imprese eccezionali, come Louis Blériot, il primo uomo ad aver attraversato il Canale della Manica, o Felix Baumgartner, che si lanciò dai confini dello spazio: la tradizione Zenith è legata a personaggi che hanno trasformato i loro sogni in realtà.

Oggi Zenith presenta questo viaggio unico e stimolante, che mette in risalto le conquiste dell'uomo e la realizzazione personale, attraverso una nuova campagna incentrata tanto sulle persone quanto sulle esperienze e sui prodotti. Zenith rimane fedele alla sua filosofia circondandosi di persone che condividono la stessa mentalità, le stesse passioni e un istinto sfrenato, come l'allenatore di tennis e mentore Patrick Mouratoglou e il DJ di fama mondiale Carl Cox. Al fine di coinvolgere un pubblico internazionale, Zenith si sta lanciando in una nuova campagna pubblicitaria che mostra uomini e donne motivati a raggiungere i propri obiettivi. Di qualsiasi sogno si tratti, Zenith sta dalla parte di coloro che lo vogliono realizzare.

UN'ESPERIENZA DI SHOPPING VIRTUALE DEL XXI SECOLO

Da Zenith l'innovazione non si limita solamente all'orologeria. La Manifattura è stata la prima ad aprire le porte al pubblico e il marchio ha sempre cercato nuovi modi creativi per condividere la sua storia unica e stimolante con il mondo. All'inizio di quest'anno, con il lancio del nuovo sito web, è stata introdotta l'Esperienza Virtuale Video a 360°, che permette agli utenti di viaggiare attraverso lo spazio e il tempo e scoprire la Manifattura Zenith e gli eroi che hanno definito la sua traiettoria esclusiva. Durante il lockdown per il COVID-19, quando la Manifattura non poteva accogliere i visitatori, Zenith ha condiviso un video a 360° che dava agli utenti la possibilità di immergersi virtualmente nel laboratorio della Manifattura e nella soffitta segreta di Charles Vermot.

Ora questo progetto si sta trasformando in qualcosa di inedito nel mondo degli orologi: un'esperienza di shopping virtuale che trasporta i clienti in un viaggio tra contenuti digitali, visione a 360° e la nuova piattaforma e-commerce per un'esperienza di shopping interattiva unica. Gli utenti potranno immergersi nelle storie degli orologi e scoprirli in modalità 3D, iniziando dal Defy Midnight, il Pilot Type 20 e il Chronomaster Revival Shadow.



COLLEZIONE ZENITH ICONS: UNA NUOVA ERA VINTAGE

Il passato e il presente sono strettamente intrecciati anche per un brand così all'avanguardia come Zenith. Oggi molti orologi storici del marchio sono diventati pregiati oggetti da collezione per i veri appassionati di orologi. Con lo scopo di offrire ai propri clienti delle esperienze straordinarie su tutti i fronti, Zenith propone un nuovo servizio speciale che dà la possibilità di acquistare orologi vintage restaurati e certificati dalla Manifattura e venduti attraverso un canale sicuro: **ZENITH ICONS**.

Per dare una seconda vita a queste creazioni storiche, il dipartimento del Patrimonio della Manifattura procura gli esempi più eleganti delle ambite referenze vintage Zenith, che vengono restaurati fedelmente da un team apposito all'interno del laboratorio della Manifattura dedicato al restauro. Visto che Zenith possiede un archivio completo della sua produzione e un ampio inventario dei componenti storici, gli orologi vintage del marchio possono essere restaurati esattamente nello stesso posto in cui sono stati fabbricati, utilizzando componenti originali: un privilegio riservato a poche manifatture orologiere.

Zenith invita i propri clienti a scoprire e ad acquistare in boutique la raffinata collezione Zenith Icons: esemplari vintage certificati e restaurati fedelmente dalla Manifattura, sempre accompagnati dalla relativa documentazione per avere una tracciabilità completa della loro storia.

DREAMHERS: PER FESTEGGIARE I TRAGUARDI DELLE DONNE

Il 2020 è un anno significativo per Zenith e per il suo approccio nei confronti degli orologi femminili. Segna l'introduzione del primo orologio Zenith pensato esclusivamente per le donne: il DEFY Midnight. Questa linea moderna, versatile e piena di carattere è dedicata alle donne sicure di sé che seguono i propri sogni: le **ZENITH DREAMHERS**.

Zenith si appresta a lanciare una nuova campagna internazionale con lo scopo di valorizzare donne visionarie che hanno puntato alle stelle e realizzato i propri sogni, nonostante le difficoltà incontrate durante il percorso; il genere di donna che vive appieno la filosofia "Time to Reach your Star", e che rappresenta al meglio lo spirito del DEFY Midnight, l'orologio del XXI secolo per donne che vivono la vita al massimo e si impegnano costantemente nella realizzazione dei propri sogni. E siccome Zenith celebra l'unicità, il DEFY Midnight offre una varietà di cinturini intercambiabili in diversi colori e materiali, così come un bracciale in acciaio integrato ergonomico.

La campagna chiamata "DreamHers" verrà lanciata a partire da metà settembre 2020, e inizierà con la ballerina del British National Ballet Precious Adams, l'architetta e artista spagnola Teresa J. Cuevas e l'ex ginnasta e giornalista televisiva giapponese e nuova amica del brand Airi Hatakeyama. Scopri di più sulle Zenith DreamHers e le loro storie straordinarie nelle prossime settimane.

Keynote by Julien Tornare: <https://youtu.be/LVRp4wsingk>



ZENITH: È TEMPO DI PUNTARE ALLE STELLE.

Zenith nasce per ispirare ogni individuo a seguire i propri sogni e renderli realtà, anche contro ogni previsione. Sin dalla fondazione nel 1865, Zenith si è affermata come la prima Manifattura nell'accezione moderna del termine e i suoi orologi hanno sempre accompagnato figure straordinarie con grandi sogni che miravano all'impossibile, da Louis Blériot con la sua traversata aerea del Canale della Manica fino a Felix Baumgartner e il suo record mondiale di salto dalla stratosfera.

Guidata come sempre dall'innovazione, Zenith si distingue per gli eccezionali movimenti sviluppati e realizzati in-house che alimentano tutti i suoi orologi. Come dimostrano El Primero ed El Primero 21, rispettivamente il primo cronografo automatico e il cronografo più rapido al mondo con precisione al 1/100 di secondo, senza dimenticare l'Inventor, che ha reinventato l'organo regolatore sostituendo gli oltre trenta componenti con un unico elemento monolitico, la Manifattura tende da sempre a spingersi costantemente oltre i limiti del possibile. Zenith ha saputo dare forma al futuro dell'orologeria svizzera fin dal 1865, sostenendo tutti coloro che hanno osato - e osano tuttora - sfidare il tempo e superare le barriere. È tempo di puntare alle stelle!