LA CORONACIÓN DE EL PRIMERO
RETROSPECTIVA DE CIENCUENTA AÑOS DE ÉXITOS

CAPÍTULO 4 :
1990 - 1999 : El movimiento desvelado

Zenith relanza la fabricación de su movimiento El Primero después de su contrato con Rolex. Pero es el momento de que la manufactura recupere su lustre y abrace completamente su savoir-faire, relanzando relojes dotados del famoso movimiento milagroso, llevando sobre la esfera el nombre de Zenith. Se empieza por nuevos modelos de cronógrafos para respaldar las líneas faro de la casa : Academy y Cosmopolitan. Por primera vez, la manufactura desvela el calibre que es su orgullo en la parte trasera de sus modelos.

Después viene una línea completamente dedicada a los cronógrafos : la línea De Luca, lanzada en 1988. Sus modelos se inspiran en los códigos de éxito de la época, que recuerdan el Daytona, cuyos primeros ejemplares dotados de El Primero acaban de salir en Basilea. Zenith entra en los años 1990 con el De Luca.

En 1991, un año después de su 125 aniversario, la manufactura decide celebrar los 700 años de la Confederación Helvética con dos modelos exclusivos dotados de dos variantes de El Primero del relanzamiento : un cronógrafo-cronómetro dotado de un calendario simple, limitado a 900 ejemplares, y un cronógrafo-cronómetro con día, mes y fase lunar, limitado a 250 ejemplares, en caja de oro amarillo. En el catálogo que acompaña a estos dos modelos, se da una inyección de memoria para quienes hubieran olvidado este movimiento mítico y se resumen sus cualidades en unas frases que lo dicen todo : « El Primero, primer movimiento cronógrafo automático del mundo de su categoría en medir los tiempos cortos a la 10ª de segundo, el legendario El Primero recapitula los conocimientos de su época ». Convencida de la calidad de su movimiento, la manufactura ofrece una garantía de cinco años a los compradores de estos relojes.

Las primeras apariciones de El Primero a través de un fondo de zafiro, tímidas en los años 1980, son plenamente sacadas a la luz en los años 1990 con la línea de alta gama ChronoMaster, que muestra con orgullo su movimiento faro a través del fondo transparente de estos modelos en catálogo. Puesto que se trata esta vez de exhibir el arte relojero y no simplemente el savoir-faire industrial, Zenith crea un reloj de diseño muy clásico, que se inspira en los cronómetros de bolsillo de finales del siglo XIX y de comienzos del XX. Se trata de crear el arquetipo mismo del reloj.

Este retorno al clasicismo se explica también gracias al contexto histórico. Los años 1990 estuvieron marcados por acontecimientos polarizantes. Las guerras en la ex Yugoslavia y el genocidio de los Tutsis en Ruanda son como una vuelta atrás hacia los años más sombríos de la humanidad. Por el contrario, el final del Apartheid en Sudáfrica con la llegada de Nelson Mandela al poder y el hundimiento del bloque soviético provocan el fin de la guerra fría; ventanas abiertas a un mundo futuro que se espera mejor. Nadie puede adivinar entonces lo que el futuro reserva a un mundo cambiante, incierto, y se produce un repliegue sobre valores inmutables que tranquilizan. De ahí el aspecto atemporal de estos relojes.

El ChronoMaster permite posicionar El Primero. La publicidad de 1997 muestra la mano de un hombre que se posa sobre el vientre de una mujer embarazada, con estas palabras : « When worn, this Zenith watch will work for a lifetime - or even longer ». Este mensaje publicitario sugiere la transmisión del objeto a través de generaciones antes que la hora.

El departamento de marketing tuvo igualmente una idea genial : sobre el calibre está grabado un número visible a través del fondo de zafiro. Es para identificar el reloj. Cuando un cliente adquiere un ChronoMaster, recibe un cupón que puede enviar a la manufactura y su nombre será inscrito en el registro de la colección ChronoMaster. Una manera de fidelizar a la clientela y de permitirle estrechar lazos con la marca : Zenith se convierte en una « Love Brand » antes incluso de que el término sea inventado. La aventura puede comenzar de nuevo …

Más aún cuando dos años más tarde El Primero – que nuca ha dejado de ser perfeccionado cuando, sin embargo, sus funciones han permanecido intactas – es dotado de una nueva función : el Flyback. Una función especialmente dedicada a los amantes de la aviación que equipará los modelos Rainbow Flyback lanzados en 1997. Al igual que los mensajes publicitarios que acompañan el ChronoMaster, las publicidades del Flyback resaltan la transmisión : « From now on, you have more than the passion to flying to pass on. »