**O JUBILEU DE OURO DO EL PRIMERO**

UMA RETROSPECTIVA DE 50 ANOS DE SUCESSO

**CAPÍTULO 4:**

**1990 - 1999: Revelando o movimento**

A Zenith recomeçou a produção de seu movimento El Primero após o contrato com a Rolex, mas era hora da marca retomar seu brilho e abraçar completamente seu know-how, relançando relógios equipados com o famoso movimento miraculoso, carregando o nome de Zenith em seu mostrador. Isso começou com novos modelos de cronógrafos para suportar os carros-chefe da empresa: Academy e Cosmopolitan. Pela primeira vez, a Manufatura revelou através do verso de seus modelos o calibre que foi seu orgulho e alegria.

Veio então uma linha inteiramente dedicada aos cronógrafos: a linha De Luca, lançada em 1988. Seus modelos foram inspirados pelos códigos estéticos de sucesso da época, evocando o design da Daytona, dos quais os primeiros modelos equipados com o El Primero acabavam de ser lançados na Basileia. Com a De Luca, a Zenith adentrou os anos 1990.

Em 1991, um ano após o seu 125º aniversário, a Manufatura escolheu comemorar o 700º aniversário da Confederação Suíça com dois modelos exclusivos equipados com as duas variações do relançamento do El Primero: um cronômetro-cronógrafo com uma data simples, em uma edição limitada de 900 peças; e um cronômetro-cronógrafo com dia, mês e fase da lua, em uma edição de 250 peças, todos alojados dentro de uma caixa de ouro amarelo. O catálogo que acompanhava estes dois modelos lembrava este movimento lendário, a quem pudesse ter esquecido, resumindo suas qualidades em algumas frases-chave: "El Primero, o primeiro movimento de cronógrafo automático do mundo e o único na sua categoria a medir tempos curtos até o mais próximo de um décimo de segundo. O lendário El Primero reúne todo o conhecimento do seu tempo". Confiante na qualidade de seu movimento, a Manufatura oferece uma garantia de cinco anos aos compradores de seus relógios.

As primeiras aparições do El Primero com o fundo da caixa em safira, que se manteve bastante tímido na década de 1980, foram totalmente destacadas na década de 1990 com a linha ChronoMaster, que orgulhosamente exibia seu movimento emblemático através do fundo transparente destes modelos no catálogo. Desde então, a ideia era destacar a arte relojoeira e não apenas o know-how industrial, a Zenith criou um relógio com um design muito clássico, inspirado nos cronômetros de bolso do final do século XIX e início do século XX. O objetivo era criar um relógio verdadeiramente arquetípico.

Esse retorno ao classicismo também é explicado pelo contexto histórico. Os anos de 1990 foram marcados por eventos polarizadores. As guerras na ex-Iugoslávia e o genocídio dos tútsis em Ruanda foram como um recuo no tempo para os anos mais negros da humanidade. Por outro lado, o fim do Apartheid na África do Sul com a chegada ao poder de Nelson Mandela e o colapso do bloco soviético que levou ao fim da Guerra Fria, foram janelas para um mundo em formação que todos esperavam que fosse melhor. Ninguém poderia, portanto, adivinhar o que o futuro reservava e, num mundo incerto e em mudança, geralmente recorremos a valores imutáveis que oferecem garantias. Daí a face intemporal desses modelos.

O ChronoMaster serviu para reposicionar o El Primero. O anúncio de 1997 dedicado a ele mostra a mão de um homem descansando na barriga de uma mãe grávida, com as seguintes palavras: "Quando usado, este relógio Zenith funcionará por toda a vida - ou até mais". Esta poderosa mensagem publicitária sugeria fortemente que este era um objeto feito para ser mantido através de gerações.

O departamento de marketing também teve uma ideia brilhante: gravar no calibre um número visível através do fundo de safira, servindo como uma marca de identificação. Os clientes que adquirissem um ChronoMaster receberiam um cupom a ser devolvido ao fabricante para garantir que seus nomes fossem inseridos no registro de coleção do ChronoMaster. Um meio de construir a lealdade do cliente e o apego à marca: A Zenith tornou-se uma "Marca do Amor" mesmo antes de o termo ser inventado. E a aventura poderia começar de novo...

Esta abordagem foi reforçada dois anos mais tarde, quando o El Primero – que tinha sido constantemente melhorado e apresentava as mesmas funções – estava equipado com a nova função Flyback especialmente dedicada aos entusiastas da aviação e enriquecendo os modelos Rainbow Flyback lançados em 1997. Como as mensagens publicitárias que acompanhavam o ChronoMaster, os anúncios do Flyback focavam na transmissão: "De agora em diante, a paixão por voar não é mais a única lembrança que você deixará"