

## Submetidos à questão



**Eric Loth, Graham Portugal?**

Para mim Portugal tem algo de pessoal, porque é um lugar onde vou quase todos os anos de férias. Gosto do Algarve, gosto das pessoas, vocês têm imensos campos de golfe, a costa marítima é fantástica, a comida é fantástica, os vinhos são fantásticos - um em particular, o Pape é inacreditável, é ótimo. Isto tudo é Portugal. Tem algo de pessoal. O mercado obviamente é distante dos EUA ou Japão, mas é um mercado onde encontramos pessoas apaixonadas que respondem às nossas próprias paixões. Há uma diferença em termos de dimensão de mercado em relação a outros países, mas a qualidade das relações estabelecidas é também muito importante para o nosso aperfeiçoamento. É isto que eu encontro em Portugal: uma qualidade de relações que permitem à Graham evoluir. Mais do que umas férias, espero um dia poder desenvolver um evento lá, como um evento de competição automóvel...



**Franck Muller, Franck Muller José Mourinho?**

Ao vivo, José Mourinho é muito mais humano, não é que seja um homem antipático na televisão, mas ao vivo é mais verdadeiro e ele é como é, sem a pressão mediática que existe antes, durante e depois do jogo. Ele tem o sucesso que nós conhecemos porque tem personalidade e não se deixa manipular pelos outros. Faz as coisas como decidiu fazer para levar a equipa à vitória. Eu acompanho de perto o mundo do futebol, as equipas e os problemas inerentes às pessoas. Há uma diferença fundamental: eu domino a matéria que se deixa trabalhar, dominar, é uma questão de sabedoria. Agora o ser humano é a matéria mais difícil de dominar porque tem espírito, tem raciocínio. São dois mundos diferentes, mas com similitudes, pois nada se faz de grande sem trabalho de equipa. Uma grande personalidade portuguesa que prova que Portugal se mantém no topo da actualidade, das ciências, das artes e do futebol.



**Jack Heuer, TAG Heuer Monaco?**

Estivemos durante anos a trabalhar na preparação do primeiro cronógrafo de corda automática do mundo e planeámos apresentá-lo em Março de 1969. Nos preparativos achámos que deveríamos ter um modelo com um novo look. Encontrámos um fabricante de caixas que tinha acabado de patentear uma forma de garantir a estanqueidade de caixas quadradas, o que era uma novidade. Negociámos e conseguimos a exclusividade da caixa quadrada no negócio dos cronógrafos. Pensámos: se a caixa tem uma forma revolucionária, não vamos ser convencionais. Optámos por um mostrador azul com ponteiros vermelhos. Depois, era preciso encontrar um nome. No final dos anos 60, Monte-Carlo era o sítio onde desfilava a 'beautiful people'. Já tínhamos o nome Monte-Carlo num modelo bem-sucedido, por isso, decidimos chamá-lo Monaco e ainda hoje é o nome perfeito que se adequa ao público que o usa.



**Karl-Friedrich Scheufele, Chopard L.U.C.?**

Há dois anos que trabalhamos em projectos que tínhamos em carteira e um dos mais importantes foi industrializar de forma mais completa os nossos mecanismos e criar uma nova dimensão de produção. O último calibre L.U.C é um turbilhão com escape de silicium. Outro calibre é o do Lunar Big Date, diferente do Lunar One. Não tem um calendário perpétuo, mas um calendário com data maior num mostrador maior e com indicador das fases da Lua. Há também um novo cronógrafo - um Chrono One - que utiliza o mecanismo que apresentámos há dois anos, mas agora podemos produzi-lo em maiores quantidades e por isso criámos uma caixa em aço que o torna mais acessível. Estamos ainda a trabalhar num novo mecanismo que funciona à frequência de 72.000 alt./hora, duas vezes e meia mais elevada relativamente a um mecanismo normal. É neste que estamos a trabalhar tendo em vista o próximo ano.



**Patrick Schwartz, Porsche Design Novidades?**

Apresentamos o irmão do Indicator sob a forma de um modelo *rattrapante*, um cronógrafo com a função de ponteiro de recuperação. O que fizemos foi aproveitar a arquitectura proeminente do Indicator, que foi apresentado há quatro anos, para utilizar um novo relógio. E especialmente para o público português, os ponteiros apresentam as cores apropriadas... Em relação à linha FlatSix, o que fizemos foi usar cores mais frescas, sem exagerar, mantendo sempre o estilo da Porsche Design, no sentido em que a filosofia e a identidade corporativa da Porsche são habitualmente declinadas em cores mais escuras, titânio, uma estética negra recorrente. Mas utilizámos um mostrador branco pela primeira vez e até há uma versão com bracelete branca em caucho.



**Philippe Merk, Audemars Piguet Bolshoi?**

A plataforma ou vector de comunicação da Cultura e das Artes é algo que ainda não foi muito elaborado em termos de estratégia de patrocínios da Audemars Piguet, no entanto, penso que temos um grande interesse em falar aos consumidores finais que se interessam por esta vertente. Esperamos e acreditamos que a nossa parceria com o Teatro Bolshoi não se sobreponha totalmente ao que já desenvolvemos no âmbito das plataformas desportivas. Nós vemos esta nova associação como uma sinergia, como um inteligente acréscimo ao que já temos e se eventualmente encontrarmos novos projectos noutros países, certamente que iremos reforçá-la.