



Jérôme Lambert, CEO da Jaeger-LeCoultre desde 2002.

*O que interessa à Jaeger-LeCoultre é uma característica física que possa ser sustentada ao longo do tempo. Gostamos de soluções que sejam verdadeiras soluções, ao invés de soluções associadas a condicionalismos. É a nossa filosofia e é por isso que não vemos as altas frequências como uma solução..*

Jérôme Lambert  
CEO Jaeger-LeCoultre

## Democracia e exclusividade

Por Hubert de Haro e Miguel Seabra, fotos Nuno Correia

**A Jaeger-LeCoultre apresenta características únicas no seio das manufaturas tradicionais e é também uma locomotiva económica desse berço da alta-relojoaria que é a Vallée de Joux. Jérôme Lambert tem presidido aos seus destinos ao longo da última dúzia de anos e tem sido sob a sua batuta que a chamada Grande Maison cresceu ainda mais para se tornar num potentado. Eis a entrevista que se impunha.**

Em 1997, um promissor jovem entrou para o departamento de controlo de gestão da Jaeger-LeCoultre. Em 2000, tornava-se diretor financeiro e, em 2002, assumia a direção-geral de uma das maiores e mais prestigiadas companhias relojoeiras do Planeta – e ao longo da última década, sob a sua batuta, a Jaeger-LeCoultre não só potenciou a sua herança cultural e multidisciplinaridade técnica como também aumentou e diversificou substancialmente a sua produção. Hoje em dia, é uma das marcas relojoeiras mais respeitadas pelos aficionados de todo o mundo e será mesmo a que apresenta o catálogo mais completo de todas as manufaturas tradicionais – ao passo que, localmente, é a maior entidade empregadora da Vallée de Joux. Jérôme Lambert mostra-se ufano com o estatuto da Jaeger-LeCoultre, mas também poderia estar orgulhoso do incansável trabalho que tem desenvolvido à frente da Grande Maison. Eis o sumário, na primeira pessoa, de uma década de sucesso a vários níveis, desde o dos recursos humanos até ao da mestria técnica.

**Numa década sob a sua batuta, a Jaeger-LeCoultre manteve o seu espírito original, mas também mudou muito – começando pelas instalações e pelo número de colaboradores até ao peso económico e social na Vallée de Joux.**

O sobrenome que os locais dão à Manufatura desde há décadas e mesmo séculos é La Grande Maison – e já era a Grande Maison mesmo antes das recentes fases de expansão. O primeiro membro do clã LeCoultre chegou à Vallée de Joux em 1469, a Manufatura propriamente dita arrancou em 1833, no início do século XIX, e, de edifício em edifício, desde o primeiro onde Antoine LeCoultre se instalou, a Manufatura cresceu paralelamente com a população e o desenvolvimento da atividade relojoeira na Vallée de Joux. Hoje em dia, a Manufatura estende-se por 25 mil metros quadrados; teve uma fase de expansão em 1998 e depois uma extensão que representava cerca de quatro mil metros quadrados até que o mais recente aumento da superfície, ocorrido em 2010 e na ordem dos nove mil metros quadrados, elevou ainda mais o total. Costumamos dizer que a Manufatura é constituída por 25 mil metros quadrados dedicados aos 180 mesteres que se exercem por cá. E atualmente emprega mais de 1300 colaboradores, estando a caminho dos 1350, com 54% de senhoras para 46% de homens. Esperamos que a influência da Jaeger-LeCoultre na Vallée de Joux seja a melhor possível, não só no âmbito ambiental e ecológico como também em formatos originais de mobilidade – desde programas de autocarros, partilha de viaturas, desenvolvimento da linha de caminho de ferro para o pessoal e até mesmo a utilização de veículos elétricos.

**O que faz da Jaeger-LeCoultre uma marca diferente em relação às outras históricas manufaturas relojoeiras?**

Os pontos fortes da Jaeger-LeCoultre e a sua originalidade enquanto manufatura começam desde logo pelo elevado número de mesteres entre as nossas paredes: são 180 especialidades diferentes. O novo Duomètre à Sphérotourbillon exige 3331 operações sucessivas. 180 e 3331 são

dois números que descrevem bem a profundidade da mestria técnica da Manufatura. Não é por acaso que Antoine LeCoultre foi o pai do conceito de Manufatura relojoeira com maiúscula, o que significa que a Jaeger-LeCoultre domina todos os passos da conceção de um relógio e sobretudo o seu coração: o movimento. Ao longo da sua história, a Jaeger-LeCoultre criou mais de 2230 movimentos e todos esses calibres representam a riqueza e a inventividade da marca.

**Nos quase 180 anos de existência da Jaeger-LeCoultre e no meio de tantas criações e patentes, qual delas destacaria como representação emblemática da marca?**

Mesmo antes das patentes, escolheria o Millionomètre como emblema da marca porque foi o primeiro instrumento capaz de medir o micrón para a construção de componentes relojoeiros mais sofisticados e permitiu a Antoine LeCoultre trazer para baixo do mesmo teto da Manufatura elementos de famílias relojoeiras tradicionais da Vallée de Joux como os RoCHAT, os MEYLAN ou os CRÉTIN com o fito comum de conceber os relógios mais precisos. A medida fundamental do micrón alcançada com o Millionomètre explica como é que a JLC pôde lançar tantos calibres com tanta diversidade a partir da primeira metade do século XIX.

**Tem-se falado muito em inovação na relojoaria e ao recurso de matérias inovadoras como o silício. Por outro lado, temos todo o peso da relojoaria tradicional com componentes como o *maillechort*. São conciliáveis?**

Existe a tendência para compararmos o tempo curto ao tempo longo. O *maillechort* e a âncora suíça, por exemplo, são materiais e procedimentos técnicos que existem num tempo longo e têm durado décadas e séculos – e tende-se a compará-los com invenções muito recentes que ainda estão num enquadramento histórico curto com somente alguns anos e, por isso, ainda estão no domínio do tempo curto. A primeira questão é saber se essas invenções têm a capacidade de passar do tempo curto para o tempo longo – essa capacidade responderá se são ou não conciliáveis.

*Existe a tendência para compararmos o tempo curto ao tempo longo. A primeira questão é saber se essas invenções têm a capacidade de passar do tempo curto para o tempo longo. Mas são conciliáveis no absoluto porque a relojoaria alimenta-se de invenções.*

Jérôme Lambert  
CEO Jaeger-LeCoultre



Jaeger-LeCoultre  
**Duomètre à  
Sphérotourbillon**



Atualmente, a Manufatura **Jaeger-LeCoultre** estende-se por 25 mil metros quadrados.



Na Manufatura, uma longa parede evoca todas as operações necessárias à criação do **Duomètre à Sphérotourbillon**.

*O tempo da relojoaria mecânica é eterno, é um tempo analógico que pelos ponteiros marca acontecimentos, pauta beleza, é um tempo de contemplação e feito de emoções...*

**Jérôme Lambert**  
CEO Jaeger-LeCoultre

Mas são conciliáveis no absoluto porque a relojoaria alimenta-se de invenções e serão conciliáveis porque os novos componentes e as novas invenções permitirão desenvolver funcionalidades e estéticas novas.

**Ultimamente, tem-se falado muito em mecanismos de altas frequências e várias marcas têm seguido essa via com o lançamento de novos calibres. Qual é a perspectiva da Jaeger-LeCoultre em relação ao tema?**

Para nós é um 'não-debate'. Há muitos modos de conceber um relógio mecânico que seja extremamente preciso e de conseguirmos ganhar primeiros e segundos prêmios de precisão em concursos de cronometria recorrendo a frequências tradicionais nos nossos calibres. O que interessa à Jaeger-LeCoultre é uma característica física que possa ser sustentada ao longo do tempo. Se falarmos de altas frequências sem que se incluam materiais como o silício no debate, sabemos que o mecanismo exigirá um consumo maior de óleos – há mais movimento, logo mais fricção, mais perda de energia e consequentemente mais óleo. Na Jaeger-LeCoultre, gostamos de soluções que sejam verdadeiras soluções e não estejam condicionadas, ao invés de soluções associadas a condicionalismos. É a nossa filosofia e é por isso que não vemos as altas frequências como uma solução.

**Pode dizer-se que a relojoaria tradicional está a atravessar uma excelente fase e nunca houve tanta procura de relógios mecânicos, mesmo numa era em que o tempo está patente em todo o lado à nossa volta e se pode adquirir um qualquer relógio de quartzo por um preço irrisório.**

É uma magnífica contradição do nosso tempo – o eterno e o efêmero. Encontramos o tempo no nosso telemóvel, nos aeroportos, por todo lado... e, ao mesmo tempo, trata-se de um tempo digital e efêmero. Consumimos e deitamos fora o tempo,

mas o tempo da relojoaria mecânica é eterno, é um tempo analógico que pelos ponteiros marca acontecimentos, pauta beleza, é um tempo de contemplação e feito de emoções.

**A coleção da Jaeger-LeCoultre é tão completa e variada que até se poderá dizer que, entre as manufaturas históricas e de prestígio, será a mais democrática das marcas – sendo ao mesmo tempo exclusiva com o caríssimo Hybris Mechanica e acessível com modelos em aço dotados de mecanismos próprios...**

Sim, pode-se entrar no universo da Jaeger-LeCoultre com menos de cinco mil euros. A marca também se caracteriza pela sua relação com os clientes precisamente pela dimensão do seu catálogo. A Jaeger-LeCoultre procura sempre a excelência relojoeira e essa excelência também pode ser perfeitamente alcançada com a pureza e simplicidade de um Reverso em aço com mecanismo de corda manual e uma caixa com mais de cinquenta peças, que requer muitas horas de polimento – e, por outro lado, temos relógios extremamente complexos como a Grande Sonnerie com mais de 1000 componentes que fazem dela não só a mais complicada do mundo, como também o reflexo da absoluta relojoaria com soluções técnicas completamente originais e extraordinárias. Na escolha do infinitamente puro e do infinitamente complexo, é evidente que não temos o mesmo tipo de componentes e de soluções técnicas e isso traduz-se fatalmente no preço – mas a filosofia da Jaeger-LeCoultre exprime-se exatamente da mesma maneira, com o mesmo empenho, a mesma deontologia, o mesmo sentido do tempo e a mesma vontade de dar prazer ao nosso cliente hoje, dentro de 20 anos e dentro de 50 anos. Quem compra um Reverso hoje terá o mesmo prazer em utilizá-lo dentro de 20 ou 50 anos, em personalizar o relógio.