

Artesanos del tiempo

La tendencia en los últimos años en la alta relojería es el nacimiento de nuevas marcas con innovadores diseños y mecanismos. Para conocer más sobre la filosofía de estos pequeños gigantes, charlamos con algunos de ellos durante el Salón de la Alta Relojería de México (SIAR).

MAITRES DU TEMPS

ENTREVISTA CON
STEVEN HOLTZMAN
[FUNDADOR DE LA MARCA]
Y DANIEL ROTH
[MAESTRO RELOJERO].

¿Cómo definirían la personalidad de Maitres Du Temps?

Steven Holtzman: Nuestra idea es siempre diseñar grandes relojes con grandes maestros relojeros, y el mejor ejemplo de esto es el Chapter One, donde pudimos reunir a tres gigantes para concebirlo: Christophe Claret, Roger Dubuis y Peter Speake-Marin.

¿Qué tipo de relojería promueve Maitres du temps?

Steven Holtzman: Somos algo entre lo clásico y lo moderno. Por tal motivo retomo nuevamente el Chapter One, que es un excelente ejemplo de esto. Es un reloj con un diseño clásico pero con la modernidad implícita de mezclar en un solo reloj un tourbillon, un cronógrafo monopulsador de rueda de pilares, fecha retrógrada, lectura de segundo huso horario (o GMT), fase lunar y día de la semana.

¿Hablando de historia qué tan importante es ésta en la industria de la alta relojería?

Daniel Roth: Hay marcas con mucha historia pero ahora se dejan sentir con gran fuerza las marcas nuevas con grandes talentos e innovación que logran el éxito.



Pero la originalidad del producto es lo que marca la diferencia. Actualmente es posible verificar la hora en todos lados, y el reloj ha perdido, hasta cierto punto, su carácter utilitario. Teniendo esto en cuenta ¿cómo va a evolucionar la relojería?

Steven Holtzman: Las personas no compran algo que sólo les dé la hora, sino una obra de arte, una

emoción, un sentimiento. Es una conexión muy fuerte la que se llega a crear entre el comprador y la marca.

Daniel Roth: No cambiará nada porque siempre habrá consumidores a quien les guste el objeto elegante, sofisticado, artístico, y sobre todo quienes aprecian el trabajo de los maestros relojeros.

AQUANAUTIC:

ENTREVISTA CON
MAURICE RODRIGUES [CEO]
Fuera del SIAR, pero igualmente interesante fue la presentación de esta marca en México.

¿Cuál es la filosofía que busca transmitir cada reloj de Aquanautic?

El inicio de nuestra filosofía es la pasión que transmiten nuestros relojes. Nuestro interés es que la nueva moda termine por adaptarse a la vida actual, pensando en dirigirnos a todo tipo de personas que no solo buscan ser diferentes, si no que entienden lo que esto significa. Nuestra idea es mostrar que Aquanautic puede tocar a cualquier persona de distintas, y muy válidas maneras. En este sentido ¿Cuál es el mensaje que buscan traer a México? Que nos encontramos cercanos a las experiencias del usuario con productos que se adaptan a cada persona gracias a que están pensados en las posibilidades de sus experiencias. Creemos que al mexicano le gustará este impulso de que sea el reloj el que se adapte, y no viceversa, y como aquí todo es intenso, tratamos que nuestra integración a este mercado sea viva y positiva.

