

Comunicado de prensa

Longines: Elegancia, tradición y rendimiento desde hace 180 años

Ubicada en Saint-Imier, Suiza, desde 1832, Longines celebra en 2012 su 180 aniversario. La casa relojera se beneficia de una inestimable maestría relojera forjada en la tradición, la elegancia y el rendimiento. Heredera de una larga experiencia como cronometrador oficial de diversos campeonatos mundiales y como patrocinador de varias federaciones deportivas internacionales, la marca Longines, renombrada por la elegancia de sus relojes, es miembro del Swatch Group S.A., primer fabricante mundial de productos relojeros. Utilizando un reloj de arena alado como emblema, la *maison* Longines está presente en más de 130 países.

En 1832, Auguste Agassiz se estableció en el mundo de la relojería asociándose con un comptoir relojero (factoría relojera) establecido en Saint-Imier. No tarda en asumir la dirección de la fábrica, que ejerce sus actividades bajo la razón social de Agassiz & Compagnie. Por aquel entonces, la empresa fabricaba relojes según el método del "établissage" (subcontratación), con artesanos que trabajaban en sus hogares, y desarrolló lazos comerciales que le permitieron vender sus relojes en otros continentes, sobre todo al otro lado del Atlántico. En la década de 1850, Ernest Francillon, sobrino de Agassiz, se hizo cargo de la dirección de la fábrica. Asumiendo las responsabilidades de esta renombrada empresa, emprendió una reflexión sobre las posibilidades de mejorar los métodos de fabricación tradicionales utilizados por la industria relojera local. Sus conclusiones le indujeron a agrupar a los diferentes artesanos y, por consiguiente, las diversas operaciones de finalización de los relojes, en una sola fábrica, donde pondría en marcha métodos de producción mecánica para el ensamblado y el acabado de relojes completos. Para materializar su proyecto, adquirió en 1866 dos solares adyacentes en la ribera derecha del río Suze, bañando el valle de Saint-Imier, en una zona conocida como Les Longines, y fundó en 1867 la fábrica de Les Longines. Ernest Francillon contrató a un familiar, un joven ingeniero llamado Jacques David, para que le ayudara a desarrollar las máquinas necesarias para perfeccionar el proceso de fabricación de los relojes. Durante la década de 1870, el enfoque industrial de Francillon se reveló como un gran éxito, y la fábrica no dejó de crecer hasta principios del siglo XX. En 1911, la fábrica Longines daba empleo a más de 1.100 trabajadores y vendía sus relojes por todo el mundo.

Las investigaciones técnicas desarrolladas por Longines obtuvieron reconocimiento a través de numerosos galardones y distinciones que confieren a la marca el título de la casa relojera "más premiada" en las exposiciones internacionales, incluso la de Barcelona en 1929, con nada menos que 10 Grandes Premios. En 1889, Ernest Francillon registró una marca de fábrica constituida por el nombre de Longines y un reloj de arena alado. Hoy en día, la marca Longines constituye la marca de fábrica vigente más antigua y sin modificación registrada en los registros internacionales regidos por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI).

La casa relojera utilizaba ya en 1867 un logotipo -el reloj de arena alado- y la marca "Longines", como símbolo de calidad para combatir el creciente número de falsificaciones que intentaban aprovecharse de la excelente reputación de su producción.

Aprovechando la habilidad técnica adquirida en el seno de la empresa, Longines estableció gradualmente una relación especial con el mundo del deporte, poniendo su pericia al servicio de numerosas disciplinas deportivas entre las más prestigiosas en el curso del siglo XX.

La pasión de Longines por los deportes ecuestres data ya del año 1878, cuando la empresa produjo un cronógrafo con un grabado de un jinete y su montura. La primera colaboración de Longines con la hípica se remonta a 1926, en el Concurso Hípico Internacional Oficial de Ginebra. Hoy en día, el compromiso de Longines con la hípica incluye carreras planas, de

obstáculos y de enduro. La marca relojera ha establecido varias colaboraciones como cronometrador y patrocinador oficial de competiciones prestigiosas, tales como la H.H. Sheikh Mohammed bin Rashid al-Maktoum Endurance Cup y la mayoría de los CSIO y CHIO de la Copa de las naciones, así como el CSIO de Barcelona, el Dubai Show Jumping Championship, la President's Cup presented by Longines y la Emirates Longines Show Jumping League. En el 2000, Longines introdujo el Premio Longines de la Prensa a la Elegancia en el mundo de la hípica, que premia cada año a las amazonas y jinetes más elegantes y más competentes en las distintas pruebas de saltos de obstáculos de la temporada. Entre sus demás compromisos, Longines cuenta también con las carreras planas más famosas y legendarias como el Prix de Diane Longines, la Dubai World Cup, el Qatar Prix de l'Arc de Triomphe, la Royal Ascot, el H.H. The Emir's Trophy presentado por Longines, la Longines Singapore Gold Cup, la Melbourne Cup Carnival, el Gran Premio Longines, el Longines Handicap de las Américas, el Grand Prix Longines Lydia Tesio, el Longines Grosser Preis von Baden y el tradicional Kentucky Derby.

El compromiso de Longines con la gimnasia debutó en 1912, cuando la marca experimentó el sistema de cronometraje electromecánico llamado "corte de hilo", con motivo de la Fiesta Federal Suiza de Gimnasia. Desde más de veinte años, Longines es patrocinador oficial y cronometrador de las pruebas de gimnasia artística y rítmica de la Federación Internacional de Gimnasia (FIG). Creado en 1997, el premio Longines Prize for Elegance premia al atleta –o equipo– considerado como el más elegante en las competiciones de gimnasia. La marca relojera se enorgullece de contar con la gimnasta Evgenia Kanaeva así como el equipo masculino chino de gimnasia artística entre los Embajadores de la Elegancia Longines.

Fue en Chamonix, ya en 1933, cuando Longines emprendió su larga colaboración con el esquí alpino. Desde entonces, las citas invernales han permitido a Longines desmarcarse gracias a sus numerosas innovaciones tecnológicas. Como cronometrador oficial de la Copa del Mundo de esquí alpino y de los Campeonatos del Mundo de esquí de la Federación Internacional de Esquí (FIS), Longines se compromete a largo plazo en las pistas. El esquiador noruego Aksel Lund Svindal es Embajador de la Elegancia Longines.

Longines es socio oficial del prestigioso Campeonato Internacional de Francia de Tenis de Roland Garros desde 2007 y también presta atención a las jóvenes promesas del tenis, organizando un torneo bautizado Longines Future Tennis Aces en el contexto de Roland-Garros. La marca cuenta con Andre Agassi y Stefanie Graf entre sus Embajadores de la Elegancia Longines. Gracias a sus estupendas carreras respectivas y su infalible dedicación a los más desfavorecidos a través de las fundaciones "Andre Agassi Foundation for Education" y "Children for Tomorrow", esta famosa pareja tenística encarna la filosofía de Longines: la elegancia es una actitud.

Por último, Longines asume el papel de patrocinador oficial de la Copa del Mundo y de los campeonatos mundiales de la Federación Internacional de Tiro con Arco (FITA). En esta disciplina, que requiere concentración, equilibrio, precisión y habilidad, el premio Longines Prize for Precision recompensa a los mejores arqueros al final de la temporada.

Las colecciones

Longines basa la elegancia atemporal que hace su firma en un patrimonio estético que actualiza constantemente y despliega en un equilibrio sabio de refinamiento y de clasicismo. Sus relojes se inspiran en una tradición de audacias técnicas y estilísticas, elaboradas en el seno de la *Maison*, amplio laboratorio continuamente atento a la estética de sus creaciones. Marca con vocación internacional desde su fundación, Longines prosigue hoy en día su empeño relojero en más de 130 países, velando por el respeto de sus valores históricos. La elegancia es el principio fundamental que aún impulsa todos los aspectos de las actividades

que desarrolla en todo el mundo. En la actualidad, Longines crea relojes adaptados a las exigencias y al ritmo de la vida moderna, en perfecta combinación con los valores a los que sigue siendo fiel y en los que se basan los cuatro pilares de su colección: Elegancia, Tradición relojera, Deporte y Heritage.

Elegancia

Longines se enorgullece de contar con la actriz inglesa Kate Winslet entre sus Embajadores de la Elegancia Longines. El Oscar a la mejor actriz y los dos Golden Globe que se llevó en 2009, así como el Emmy Award en 2011 y el Golden Globe en 2012, contribuyeron al reconocimiento de su trayectoria ejemplar, caracterizada por una filmografía variada, exigente y repleta de desafíos artísticos.

El icono de Bollywood, Aishwarya Rai Bachchan, Embajadora de la marca desde hace más de diez años; la estrella asiática, la actriz y “top model” Chi Ling Lin; la estrella china Aaron Kwok Fu Shing y la actriz de origen ruso Ingeborga Dapkunaite, personifican perfectamente los valores de Longines. Gracias a estas personalidades, la elegancia relojera de Longines se gana una nueva dimensión.

La elegancia atemporal de Longines se basa en una armoniosa combinación entre refinamiento y clasicismo. Sus relojes se inspiran en una tradición de audacia tecnológica y de estilo. Por ejemplo, la *Maison* fue sensible a los refinamientos del movimiento Art Decó, del que sacó su inspiración para imaginar calibres toneles, ovalados o rectangulares, aptos para animar relojes que se benefician de la estética de una época sofisticada. El cuidado y la meticulosidad asiduamente prestados a las líneas de las realizaciones relojeras han contribuido a forjar la imagen de elegancia de la marca, que se ha llevado numerosos galardones y distinciones por la pureza estética de sus creaciones. Así pues, la concepción de los relojes de Longines resulta de una perpetua innovación técnica puesta al servicio de una búsqueda estética siempre centrada en la elegancia. Actualmente, este compromiso con la elegancia queda plasmado en las colecciones Longines PrimaLuna, Longines DolceVita y La Grande Classique de Longines.

Tradición relojera

Ya sean estéticas o técnicas, las innovaciones de Longines han erigido el reloj de arena alado de la marca en auténtico emblema de la maestría y de la elegancia.

Desde la fundación de Longines, la ambición de sus fundadores, Auguste Agassiz y Ernest Francillon, ha permanecido intacta: comprender el espíritu de la época, atreverse con la vanguardia técnica y estética, sin dejarse llevar por el torbellino de las modas y alcanzar la excelencia sin renunciar a la sobriedad.

Por supuesto, es dedicándose a la concepción y a la fabricación de los calibres que Longines forjó su tradición relojera, se ganó su pericia y creó nuevas tecnologías como, por ejemplo, el desarrollo de su primer calibre automático en 1945, el 22A, que constituyó una ruptura tecnológica con los principios seguidos desde mucho tiempo. Hoy en día, Longines actualiza sus equipos de medida del tiempo, como el mecanismo de rueda de pilares en 2009 o el nuevo movimiento cronógrafo con rueda de pilares monopulsador, lanzado en 2012. Así pues, para Longines, el cronógrafo mecánico provisto de una rueda de pilares hace el papel de dispositivo técnico tradicional y auténtico. Además, con The Longines Master Collection Retrograde, la marca ha conseguido sintetizar una sofisticación relojera mecánica y simplificar su uso.

The Longines Master Collection encarna perfectamente la maestría técnica y estética de Longines, mientras la colección Longines evidencia saca su inspiración de la época del Art Decó. En cuanto a la colección The Longines Saint-Imier Collection, esta serie de piezas de excepción se considera como homenaje al pueblo que vio nacer y desarrollarse la marca.

Deporte

El compromiso de Longines con el universo deportivo se remonta a 1878 con el primer cronógrafo fabricado por la marca, el movimiento 20H. Desde entonces, Longines ha tejido progresivamente lazos privilegiados con el mundo del deporte. La diversidad de los instrumentos y sistemas de medida del tiempo que la marca no ha parado de desarrollar en el transcurso de los años ha tenido como consecuencia su implicación en innumerables acontecimientos deportivos. Con The Longines Sport Collection, la marca consolida digna y legítimamente su larga relación especial con el mundo del deporte. Las líneas Conquest y HydroConquest encarnan la búsqueda del rendimiento sin sacrificar la elegancia.

Heritage

En la actualidad, Longines asocia la estética original de sus modelos históricos los más destacables con las técnicas relojeras más modernas. Las piezas de la colección Heritage son un homenaje al espíritu pionero que anima a los relojeros de Longines desde sus principios. La marca acompaña a numerosos pioneros en los aires, en tierra y bajo el agua. Los relojes Longines sacan su esencia de esta experiencia. Ilustran la perennidad de una firma y la capacidad constantemente renovada de honrar la Historia, con refinamiento y elegancia.

Entre las piezas de excepción de la colección Heritage, la más famosa es sin duda el Lindbergh Hour Angle Watch, reedición del reloj desarrollado para el piloto americano Charles Lindbergh en 1931. El Longines Weems Second-Setting Watch, que rinde homenaje al sistema de navegación del comandante Philip van Horn Weems, y el Longines Twenty-Four Hours, reedición de un reloj especialmente desarrollado en los años 1950 para los pilotos de la compañía Swissair, también figuran entre los modelos Heritage más emblemáticos.

Destacada en Saint-Imier, Suiza, desde 1832, la casa relojera Longines celebra, en 2012, 180 años ininterrumpidos de maestría relojera. La marca se beneficia de una sólida experiencia deportiva como cronometrador oficial de numerosos campeonatos mundiales o como socio de federaciones internacionales. Con los años, Longines forjó vínculos sólidos y duraderos con los deportes ecuestres. Renombrada por la elegancia de sus relojes, Longines es miembro del Swatch Group SA, primer fabricante mundial de productos relojeros. Utilizando un reloj de arena alado como emblema, la marca está implantada en más de 130 países.

Para más información, dirjase a:
Longines Public Relations, 2610 Saint-Imier, Suiza
Matthieu Baumgartner Teléfono +41 32 942 52 48,
Fax +41 32 942 52 39, E-mail matthieu.baumgartner@longines.com,
Internet : <http://www.longines.com>
Síguenos en: [Facebook](#) y [Twitter](#)