

FHC ganha relógio de US\$ 10 mil

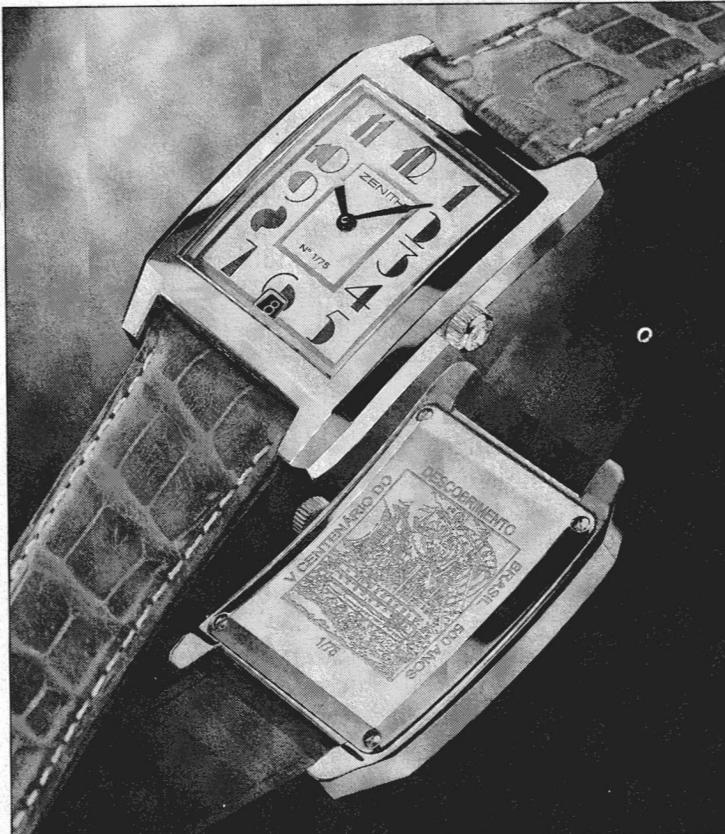
Presidente é presenteado pela Zenith em homenagem aos 500 anos do Brasil

**EMPRESA SUÍÇA
FABRICOU 75
MODELOS PARA
SEREM VENDIDOS
NO BRASIL E
EM PORTUGAL**

GILSON LUIZ EUZÉBIO

Poucos dias depois de instituir o Código de Conduta da Alta Administração Pública, o presidente Fernando Henrique recebeu de presente um relógio de US\$ 10 mil, fabricado artesanalmente pela Zenith, indústria suíça que pretende aumentar suas vendas de relógio no Brasil. O Código proíbe ocupantes de cargos públicos de receber presentes que valham mais de R\$ 50. Por isso, Fernando Henrique decidiu incorporar a obra de arte ao acervo da Presidência da República.

O presente, oferecido a Fernando Henrique no dia 7 de setembro, no Itamaraty, faz parte de uma série especial de 75 relógios produzi-



DIVULGAÇÃO

O RELÓGIO presenteado a Fernando Henrique será incorporado

dos pela Zenith em homenagem aos 500 anos do Brasil. A caixa do relógio é em ouro, com desenhos de caravelas na parte de trás, feitos pelo artista português Jorge Freitas. A Fernando Henrique

coube o relógio número 1. Os outros 74 serão vendidos no Brasil e em Portugal, a pessoas de bom gosto e com muito dinheiro no bolso.

"É uma série para colecionadores", explicou François

Monfredini, presidente da Zenith. A peça tem que ser encomendada à indústria, na Suíça. O lançamento da série especial em homenagem aos 500 anos do Brasil faz parte da estratégia da empresa para se firmar no mercado brasileiro e, por tabela, da América do Sul. Há três anos, os primeiros relógios da marca começaram a chegar ao Brasil. Mas ainda são pouco conhecidos aqui, embora sejam famosos no exterior pela qualidade excepcional.

Nem todos eles custam US\$ 10 mil, mas são destinados à elite, àqueles que podem portar um Rolex, por exemplo. "Nossos relógios se propõem a seduzir cada vez mais o público, porque há evolução no consumo para relógios sofisticados", diz Monfredini. O mercado em disputa é o de produtos luxuosos. O modelo mais barato custa R\$ 3 mil, preço compatível, segundo ele, com o crescimento do mercado de consumo no Brasil de produtos sofisticados, como carros importados, vinhos e roupas de grife.

A ofensiva da Zenith -

uma das cinco últimas indústrias do mundo que só fabricam relógio de corda - atinge também o mercado dos Estados Unidos. A indústria suíça estava proibida de comercializar seus relógios nos Estados Unidos, porque uma indústria de eletrônicos tinha o registro da marca Zenith. E isso atrapalhava também a entrada dos relógios Zenith no Brasil e em outros países latino-americanos. No ano passado, o problema com a indústria eletrônica foi resolvido e a Zenith passou para o grupo Louis Vuitton, o que possibilitou a comercialização em maior escala dos relógios nesses territórios.

Manfredini acredita que a associação da marca com a Louis Vitton será uma vantagem para a Zenith, já que a Louis Vuitton tem expandido suas vendas no Brasil nos últimos anos. Um modelo de relógio, especial para pilotos de avião, deve ser o mais vendido aqui. É que o Brasil, segundo ele, tem a segunda maior frota mundial de aviões pequenos, só superada pelos Estados Unidos.