

Para divulgação automática

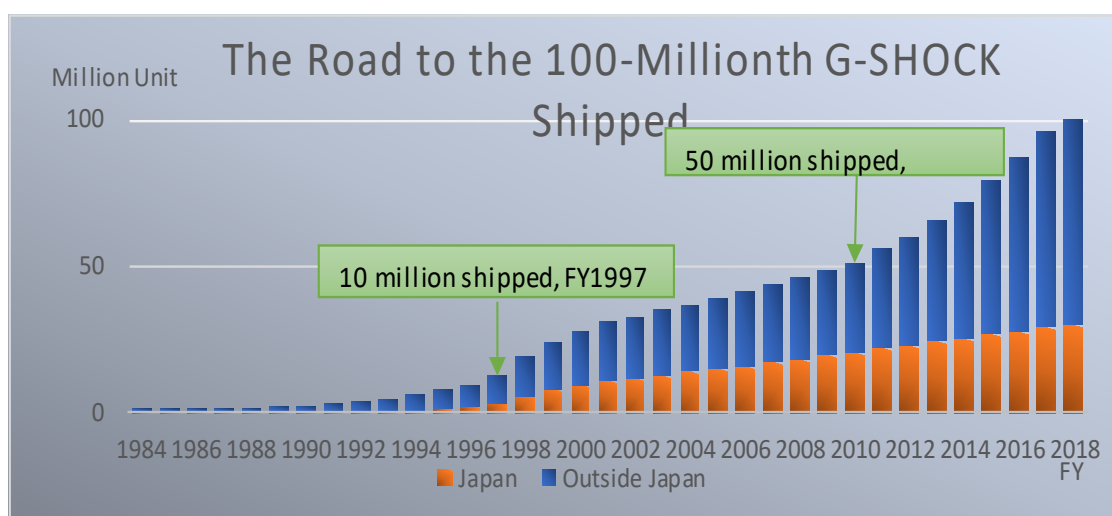
## CASIO: 100 000 000-ésima entrega do G-SHOCK



DW-5000C  
(Primeiro modelo, lançamento 1983)

Norderstedt, setembro de 2017 – A CASIO anunciou que o volume total de relógios G-SHOCK expedidos a nível mundial ultrapassou 100 milhões de unidades, em agosto deste ano. A marca lançou os relógios à prova de choque G-SHOCK para o mercado em abril de 1983.

O desenvolvimento do G-SHOCK teve início em 1981. A sua criação ficou a dever-se à paixão de um engenheiro que projetou criar um relógio robusto e resistente à queda. Dois anos mais tarde, em 1983, e após mais de 200 protótipos, foi lançado o primeiro modelo G-SHOCK, o DW-5000C, com uma construção inovadora resistente ao choque. Este relógio veio contrariar a ideia existente de que os relógios de pulso são extremamente frágeis e sensíveis ao choque ou à queda, e deu lugar a uma nova categoria de produtos: o “relógio resistente”. Desde então, o desempenho e funções do G-SHOCK têm vindo a ser continuamente desenvolvidos e melhorados.



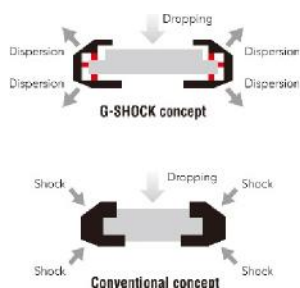
\* Os números do EF2018 representam as unidades enviadas até ao final do mês de agosto.

A Casio continua a desenvolver o seu modelo G-SHOCK para que os clientes em todo o mundo possam usufruir da qualidade e excelência destes relógios. O objetivo é garantir que o recém-criado G-SHOCK excede as expetativas.

## A história do G-SHOCK

### G-SHOCK: do conceito ao desenvolvimento (1981 até 1983)

O modelo G-SHOCK começou a ser desenvolvido em 1981. Nesta altura, os relógios danificavam-se facilmente em razão de um choque e eram considerados instrumentos muito sensíveis e de manuseamento cuidadoso. O conceito do G-SHOCK surgiu quando um construtor de relógios da CASIO deixou, acidentalmente, cair um relógio que lhe tinha sido oferecido pelos seus pais pelo sucesso obtido nos exames escolares. Infelizmente, o relógio partiu-se e este decidiu criar um novo tipo de relógio que pudesse cair sem se quebrar. Após mais de 200 protótipos, foi finalmente concebida uma estrutura oca para a caixa do relógio com a finalidade de proteger o módulo central nos pontos mais sensíveis. Foi aplicada uma camada de uretano a toda a volta do compartimento. Foi assim que surgiu o DW-5000C, o primeiro modelo G-SHOCK a ser lançado no mercado em 1983. A designação G-SHOCK surgiu em estreita ligação com o conceito associado à criação de um relógio com capacidade para resistir a qualquer embate considerável provocado pela força da gravidade (queda livre).



Estrutura oca



DW-5000C

### Um sucesso nos EUA (1984 até 1990)

Em 1984, nos Estados Unidos, um anúncio do G-SHOCK apresentava um jogador de hóquei no gelo a atirar um G-SHOCK DW-5200C em vez do disco. As pessoas duvidaram que o relógio fosse tão resistente como o anúncio sugeria, sendo o cenário reproduzido noutra programa televisivo popular para atestar a sua resistência. O G-SHOCK continuou a indicar a hora certa e passou a ser conhecido como relógio resistente ao choque. O tamanho do relógio era perfeitamente adequado à maioria dos americanos e muito utilizado por entusiastas de atividades ao ar livre, bombeiros, polícias, entre outros. O G-SHOCK tornou-se extremamente popular nos Estados Unidos. Assim, com a adoção de ecrãs LCD inovadores para o DW-5900C lançado em 1990, a marca tornou-se particularmente popular entre os praticantes de skate da Costa Ocidental dos Estados Unidos.



3

### Um sucesso no Japão (início dos anos 90)

Nos anos 90, as revistas japonesas começaram a apresentar a nova moda urbana americana e estas mesmas tendências começaram a surgir no Japão e a despertar interesse no G-SHOCK. Nesta altura, o DW-5900C estava apenas disponível fora do Japão, mas, ao ser importado exclusivamente como acessório de moda para as lojas de roupa japonesas, foi-se tornando cada vez mais popular entre os japoneses entusiastas da moda. A sua popularidade viria ainda a aumentar quando alguns músicos e heróis de filmes de ação famosos começaram a usar o G-SHOCK. No artigo de uma revista, foi editado o gráfico cronológico do modelo G-SHOCK, chamando também a atenção para os modelos mais antigos. Este facto contribuiu para uma maior popularidade do G-SHOCK. O número total de relógios expedidos para o Japão aumentou de 10 000, em 1990, para cerca de 700 000, em 1995, afirmando-se assim como um verdadeiro êxito de vendas. O G-SHOCK foi o primeiro relógio digital a ser adotado no contexto juvenil.

### Expansão da paleta de modelos / Ligação ao desporto e cultura juvenil (meados até finais de 1990)

De modo a aumentar a diversidade de clientes G-SHOCK, em meados dos anos 90, a CASIO expandiu a gama de modelos. Em 1996, foi lançado o MRG-1 que integra a nova série MR-G para homens adultos e jovens. No mesmo ano, foi também lançado o MRG-100 com uma caixa de metal e à prova de choque. Este facto marcou o começo da iniciativa para tornar o modelo G-SHOCK numa marca apreciada tanto por jovens como por adultos.

A par com a moda urbana, a conceção do modelo G-SHOCK começou a centrar-se em pessoas ativas, tais como praticantes de snowboard e surf, bem como fãs de reggae e bares, incluindo DJs e bailarinos. Para além disso, o desenvolvimento de vários modelos no âmbito de uma cooperação com grupos de proteção ambiental e equipas desportivas permitiu-lhes transmitir as suas mensagens aos mais jovens de uma forma muito peculiar com o G-SHOCK. Em 1997, foram vendidos 6 milhões de relógios G-SHOCK em todo o mundo, de entre os quais 2,4 milhões de unidades no Japão. O G-SHOCK tornou-se, assim, numa importante marca juvenil. Para além da sua função cultural, a marca G-SHOCK patrocinou os mais importantes eventos desportivos, tais como futebol e iate de corrida, e possui uma forte presença em todo o mundo.



MRG-1



MRG-100



DW-8200K

Segundo "Dolphin & Whale Eco-Research Network Model"



GW-300

GW-9200

GW-4000

### Regresso às origens: grande desempenho (finais dos anos 90 até 2000)

Depois de atingir um pico em 1997, o número de vendas do G-SHOCK começou a diminuir. Este facto poderá ter-se ficado a dever aos inúmeros modelos de cooperação e concentração excessiva num símbolo de moda em relação à sua principal função de resistência ao choque. Centrada na ideia original do modelo G-SHOCK, a CASIO optou por um elevado desempenho e uma nova tecnologia, com o intuito de incrementar o valor original do relógio. Os modelos G-SHOCK foram evoluindo tanto em termos de função como desempenho. Os principais exemplos incluem o GW-300 (2002), equipado com tecnologias controladas por rádio e solares, o GW-9200 (2008), com capacidade para receber sinais de rádio para a calibragem do tempo a partir de seis estações em todo o mundo, e o GW-4000 (2012), equipado com uma tecnologia TRIPLE G RESIST para suportar o choque, força centrífuga e vibração.

### Inovação permanente (Atualmente)

Desafiando continuamente as conceções de relógio convencionais, o modelo G-SHOCK continua a crescer de forma sólida. A compatibilidade com Bluetooth® 4.0 permite ao GB-6900 (2012) estabelecer ligação com o smartphone do utilizador, acrescentando valor a este relógio de pulso. O GPW-1000 (2014) oferece um sistema de aquisição híbrido para a receção de sinais de tempo através de satélites GPS e seis transmissores de rádio em todo o mundo. Isto permite obter uma indicação ainda mais precisa do tempo em qualquer ponto do planeta. Em maio de 2017, a CASIO lançou o GPW-2000 com um módulo de 3 vias "Conected Engine". O módulo pode receber ondas de rádio e sinais de calibração de tempo por satélite GPS, estabelecendo ligação com os servidores de horário, através de emparelhamento com o smartphone. Para além disso, este atualiza automaticamente os dados internos do relógio para as zonas horárias e a hora de verão, a partir do smartphone, está sempre atualizado e possui um nível avançado de precisão em termos de indicação horária. A CASIO continua a desafiar as ideias convencionais de relógio, apresentando funções novas e desempenhos nunca imaginados.

### A experiência G-SHOCK para todos

Para além da otimização do produto, a CASIO tem desenvolvido atividades de marketing para transmitir a experiência G-SHOCK às pessoas em todo o globo. Desde 2008, têm sido realizados eventos SHOCK THE WORLD onde se inclui a colaboração com músicos e desportistas que têm estreita afinidade com a marca G-SHOCK. Em 31 de agosto de 2017, estes eventos tiveram lugar em 73 cidades, em todo mundo, o que constituiu para os fãs de G-SHOCK uma oportunidade única para experimentarem o G-SHOCK com todos os sentidos. Para além destes eventos, a CASIO criou locais onde os fãs do modelo podem experienciá-lo em primeira mão. O projeto teve início com a abertura da G-SHOCK STORE em Odaiba (Tóquio), em 2003, como local de partilha da experiência G-SHOCK e da mais recente informação aos clientes. Neste momento, existem seis localizações no Japão, incluindo Marunouchi e Ginza (ambas em Tóquio), bem como oito localizações noutros centros influentes, em todo o mundo, incluindo Londres e Nova Iorque. Existem ainda mais de 1 000 localizações a nível global, com lojas especializadas na marca CASIO e revenda do modelo G-SHOCK.



Ano	Modelo	Características
1983	DW-5000C	Primeiro relógio G-SHOCK resistente ao choque
1985	DW-5500C	Mostrador retangular com construção resistente às poeiras/sujidade
1987	DW-5600C	Sucesso de vendas e sucessor do DW-5000 retangular
1989	AW-500	Combinação de mostrador analógico e digital
1990	DW-5900C/DW-6000	Primeiro modelo no Japão, com mostrador com novo design
1992	DW-6100	Primeiro modelo com sensor de temperatura
1993	DW-6300	Primeiro modelo de mergulho "Frogman", resistente à água até à profundidade de 200 metros
1994	Modelo "Dolphin & Whale Eco- Research Network"	Primeiro modelo que apoia a proteção ambiental
1996	Coleção "G Presents Lover's Collection"	Modelo G-SHOCK + BABY-G (para ele e para ela)
1996	MRG-1	Primeiro da série MR-G
1996	MRG-100	Caixa completamente em metal com construção resistente ao choque
1998	DW-9300	Primeiro "Tough Solar" G-SHOCK com sistema solar
2000	GW-100	Primeiro modelo G-SHOCK com indicação do tempo controlada por rádio
2002	GW-300	Primeiro modelo solar controlado por rádio G-SHOCK
2008	GW-9200	Primeiro modelo com tecnologia "Multi-Band 6" para calibração automática do tempo, utilizando ondas de rádio padronizadas de seis transmissores, em todo o mundo
2008	GS-1200	Primeiro modelo com "Tough Movement", compacto, analógico, controlado por rádio e solar
2010	GW-3000	Modelo para pilotos resistente à força centrífuga e gravitacional
2012	GW-4000	Primeiro G-SHOCK com TRIPLE G RESIST resistente ao choque, força centrífuga e vibração
2012	GB-6900	Primeiro modelo com capacidade para estabelecer ligação ao smartphone
2012	GW-A1000	Primeiro modelo com sistema de "Smart Access", oferecendo uma operação simples para uma vasta gama de funções
2014	GPW-1000	Primeiro G-SHOCK com capacidade para receber sinais GPS e sinais de calibração do tempo, por onda de rádio, transmitidos a partir de seis estações em todo o mundo
2017	GPW-2000	Primeiro modelo com módulo de 3 vias "Connected Engine" com capacidade para receber ondas de rádio como sinais de calibração do tempo e GPS, estabelecendo ligação com os servidores de horário, através de emparelhamento com o smartphone.

#### História dos principais modelos G-SHOCK



Em 31 agosto, realizou-se uma cerimónia comemorativa do envio do 100 000 000-ésimo G-SHOCK, em Yamagata CASIO. Nesta cerimónia, a parte traseira da caixa do relógio especial, com o número 100 000 000 gravado, foi montada no modelo MRG-G1000B-1A4 da série MR-G, uma série emblemática da marca G-SHOCK.\*

O MRG-G1000B-1A4 está equipado com um sistema de aquisição de tempo híbrido, que recebe tanto sinais GPS como sinais de rádio para calibração do tempo. A robustez do G-SHOCK reflete-se num design temático com notas de cor de carmim para evocar a armadura que simbolizava a elite dos samurais.

\* Esta unidade não é lançada para venda.



Eventos (segundo da esquerda: Yuichi Masuda, Director & Head of Timepiece Product Division)



Montagem da parte traseira do relógio especial



Parte traseira do relógio especial



MRG-G1000B-1A4

(Lançamento em 2017; na parte traseira da caixa do relógio está gravado o número 100 000 000 para assinalar o envio do 100 000 000-ésimo exemplar)



