

CORRIERE DELLA SERA

C

Orologi

TENDENZE, PROTAGONISTI, NOVITÀ, CONSIGLI

Le nuove orbite dei segnatempo



Le stelle dell'orologeria entrano nell'era digitale. Dalla produzione al commercio comincia una rivoluzione copernicana

ILLUSTRAZIONE DI ALESSANDRA DE CRISTOFARO

in A.P. D.L. 353/2003 conv. L.46/2004 art. 1, c1 DCB Milano. Non può essere distribuito separatamente dal Corriere della Sera

Assembliamo ogni singolo orologio due volte. Perché la perfezione richiede tempo.



Per noi la perfezione è una questione di principio. Ecco perché, per principio, realizziamo tutti i segnatempo con la stessa cura e assemblaggio ogni creazione due volte. Pertanto, dopo che l'orologio ZEITWERK è stato assemblato la prima volta e regolato accuratamente, viene nuovamente smontato. I componenti del movimento vengono puliti e decorati a mano con tecniche di finitura e lucidatura, seguite dalla procedura di assemblaggio finale. Questo garantisce l'integrità funzionale sul lungo periodo e l'impeccabilità di tutte le finiture artigianali. Anche se richiede un po' di tempo in più. www.alange-soehne.com


PISA
1940

Via Pietro Verri 7
20121 Milano - Tel. 02 762081
www.pisaorologeria.com

A. LANGE & SÖHNE
GLASHÜTTE I/SA

Camparini

Online e offline Così Giulia e Cecilia cambiano marcia

di **Caterina Ruggi d'Aragona**

Lidea è quella di una cucina a vista, con vetrine da cui i clienti, assaporandone i piatti, possano ammirare lo chef che li prepara. Il grande laboratorio di assistenza post vendita, tra i primi in Italia ad essere autorizzato per la riparazione degli orologi Rolex e Cartier, è il fiore all'occhiello della boutique Camparini a Parma. Un negozio di nuova concezione (aperto 4 anni fa)

che la famiglia proprietaria di tre negozi di alta gioielleria e orologeria a Reggio Emilia ha affidato alla quinta generazione, le sorelle Cecilia e Giulia Camparini. «Siamo cresciute dentro i negozi di famiglia, questo ha certamente determinato i nostri percorsi. La scelta è venuta naturale», confessa Giulia, 33 anni, entrata in azienda una decina di anni fa dopo la laurea in Scienze della comunicazione alla Cattolica di Milano e due esperienze formative all'estero (a New York e a Parigi). «Sembrerà



Spirito di gruppo Stefano Camparini con la moglie Anna e alle spalle le figlie Giulia e Cecilia

ancora strano? Mia sorella e io siamo entrambe passionate di orologi più che di gioielli», dice Giulia, sbarazzandosi delle ombre rimaste dello stereotipo che legava l'orologeria a

un mondo maschile. A Giulia e Cecilia, di sei anni più grande, il compito di agganciare una clientela giovane, che siano uomini o donne. «Cerchiamo di stare al passo con i tem-

pi tra campagne digital, attività social, mail e newsletter personalizzate. Nel frattempo portiamo innovazioni anche dentro i negozi, dal restyling che dà risalto al laboratorio



Il metodo
La vendita al banco resta sempre la nostra priorità e lavoriamo su quello

tecnico (dove i clienti possono vedere i tecnici al lavoro e relazionarsi con loro quando portano un orologio in riparazione) all'introduzione di strumenti come le lenti speciali che, applicate a smartphone o tablet, consentono ad esempio di ingrandire i movimenti danneggiati. Innovazioni sempre funzionali a mantenere viva la tradizione. «La vendita al banco — sottolinea Giulia — resta sempre la priorità. Cerchiamo di curare il rapporto personale con i clienti a 360°».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Bartorelli

«Il desiderio: nuovi negozi ma con tanta tecnologia»



Marco Bartorelli, ha contribuito allo sviluppo della piattaforma web e dell'e-commerce dell'azienda di famiglia

Siamo stati i primi in Italia a partire con l'e-commerce». Marco Bartorelli è orgogliosamente motore del rinnovamento nella società di famiglia fondata nel 1882, che gestisce oggi cinque boutique di orologi di lusso e gioielli a Riccione, Pesaro, Milano Marittima, Forte dei Marmi e Cortina d'Ampezzo. Una rivoluzione naturale per un trentenne cresciuto a pane e orologi. «Frequentavo ancora il liceo e d'estate facevo la stagione nel negozio di Riccione. Papà mi mostrava i meccanismi e mi spiegarci cosa vuol dire orologio al quarzo o automatico. Così, quando dopo la laurea (Economia e commercio a Bologna) e un paio di esperienze all'estero, sono entrato in negozio a tempo pieno, nel 2013 a Riccione, conoscevo già gli aspetti tecnici dell'orologeria. E ho potuto dedicarmi subito alla vendita e alla gestione dei fornitori». Poco dopo ha iniziato a sviluppare il progetto dell'e-commerce. «I brand manager delle grandi marche mi dissero "no". Io ci ho sempre creduto. Un anno dopo ho chiesto una nuova riunione per presentare i dati raccolti: 15mila contatti generati dal web; tra il 20 e il 30 per cento di vendite indirette. Mi hanno aperto le porte in tanti, da Lvmh al gruppo Richemont, e siamo partiti assieme a Bucherer».

La piattaforma e-commerce di Bartorelli è online da settembre 2016. I numeri sono in crescita costante. «Parliamo di oltre 200mila euro di fatturato dal solo e-commerce. E non abbiamo paura di oscurare i punti vendita, anzi, contiamo di aprirne presto altri». Da Bartorelli c'è una continua interazione tra online e offline. «Continuiamo a coccolare il cliente come se fosse entrato fisicamente in negozio; dall'altra il sito internet genera contatti che portano clienti nelle boutique. C'è infatti chi vede il prodotto, non è propenso a spendere online, ci contatta e viene in negozio». Nel futuro di Marco e dei suoi fratelli (Federica, 32 anni, e Alessandro, 24) ci sono nuovi negozi con tanta tecnologia. «Vorremmo — confidano — vetrine interattive con grandi schermi dove scorrono video e post, e un sistema audio che crei attrazione».

»
Vorremmo in futuro vetrine interattive con grandi schermi dove scorrono video e post, e un sistema



ERNST HAUSMANN (A DESTRA) E HERMANN FRIELINGSDORF (A SINISTRA) CIRCONDATI DAI TECNICI OROLOGIAI DEL LORO LABORATORIO

HAUSMANN E FRIELINGSDORF. ROMANI DA SEI GENERAZIONI.

Dal 1794, Hausmann & Co. rappresenta il punto di riferimento per gli appassionati di orologeria della Capitale.

225 anni di attività ininterrotta: un patrimonio di esperienza e tradizione che ci consente di godere della fiducia delle più prestigiose Case mondiali. Un'eredità che mettiamo ogni giorno al servizio dei nostri clienti, con lo stesso



entusiasmo che avevano Ernst Hausmann e Hermann Frielingsdorf quando decisero di mettersi in società.

Una scelta che ha portato l'azienda ad attraversare con successo tre secoli, per arrivare oggi alla sesta generazione. Hausmann & Co.: precisione teutonica, passione romana.

DA 225 ANNI, DIAMO VALORE AD OGNI SECONDO.

1794 225 2019
Hausmann & Co.
hausmann-co.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA