

PATEK PHILIPPE

L'IMPORTANZA DI SCEGLIERE CON CURA I PROPRI PARTNER

LA CELEBRE CASA SVIZZERA
GIOCA LA SUA DISTRIBUZIONE
SCEGLIENDO CON CURA I SUOI
LUOGHI DELLA PASSIONE.
ABBIAMO INCONTRATO
QUATTRO DEALER ITALIANI
UNITI DAL COMUNE
DENOMINATORE DELLE
"NUOVE GENERAZIONI"

Di Paolo Gobbi

CONDIVIDERE LA STESSA PASSIONE

BARTORELLI 1882 HA OLTRE 140 ANNI *di storia: un onore oppure un onere?*

Marco Bartorelli «Assolutamente un onore poter continuare il lavoro di famiglia che si tramanda ormai da generazioni. Oltre che un onore è anche un grande piacere poter continuare questa tradizione lavorando fianco a fianco con i miei fratelli, siamo cresciuti insieme e condividiamo tutti la stessa passione.»

Tanti i cambiamenti in questi ultimi anni, quali sono state le vostre tappe più importanti?

MB «Gli ultimi anni sono stati molto intensi, abbiamo registrato diverse tappe che hanno segnato un'evoluzione importante del nostro gruppo. A partire dall'apertura della boutique di Bologna, che ha rappresentato per noi l'approdo in una grande città, dopo aver seguito per anni la strategia di aperture mirate nelle località di villeggiatura più prestigiose. Successivamente abbiamo mosso i primi passi nel mondo delle boutique monomarca e, nel giugno 2021, abbiamo aperto la boutique Hublot a Forte dei Marmi e a dicembre dello stesso anno abbiamo consolidato la strategia aprendo la boutique Bulgari, primo franchising in Europa per il brand del gruppo LVMH. Considerando questi ultimi anni particolari di pandemia, ancora una volta non ci siamo abbattuti e non ci siamo adeguati ad un mondo che si stava fermando ma, al contrario, abbiamo visto un'opportunità di crescita.»

Cortina D'Ampezzo, Forte dei Marmi, Milano Marittima, Pesaro, Riccione, Bologna: la vostra identità rimane sempre immutata oppure si adatta ai vari luoghi dove siete presenti con le vostre boutique?

MB «Ogni città ha la sua clientela, molto diversa tra loro, quindi ovviamente ci si adatta per quanto riguarda la tipologia di offerta di prodotto, ma la nostra identità rimane sempre la stessa. Anche a livello di immagine delle boutique, cerchiamo di ricreare sempre un'identità ben definita e riconoscibile. Il cliente, indipendentemente dalla località in cui frequenta un nostro punto vendita, deve vivere

il "mondo" Bartorelli. Le boutique monomarca di nostra proprietà, invece, hanno la loro identità propria per rispecchiare al massimo l'immagine del brand che rappresentano.»

Siete storici concessionari Patek Philippe. Tanta tradizione ma anche tanta competenza per riuscire a trattare una marca così importante. Tutta esperienza sul campo, oppure bisogna studiare per raggiungere il necessario grado di competenza?

MB «L'esperienza sul campo è storicamente quella che ti forma di più, quella che - come si suol dire - "ti forma le ossa".

Ma ovviamente non basta... bisogna essere costantemente aggiornati e studiare molto per rispettare gli standard che un marchio come Patek Philippe e un gruppo come il nostro pretendono dei propri addetti alla vendita e in primis da chi rappresenta la proprietà. Oggi c'è sempre maggiore attenzione sul mondo dell'orologeria, e sempre più persone oltre ad essere appassionate hanno una conoscenza tecnica importante sul prodotto. Né noi né il nostro team possiamo essere da meno.»

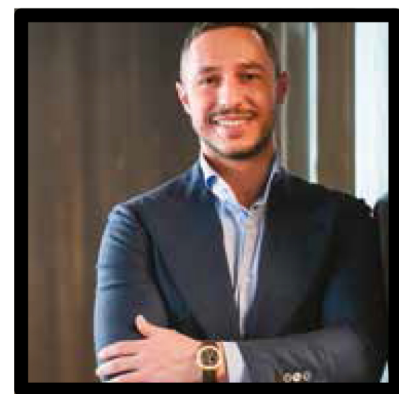
Cosa vi chiedono i vostri clienti Patek Philippe e cosa vorreste che vi chiedessero?

MB «Se ragioniamo sui numeri, le referenze degli orologi sportivi sono sempre quelle più richieste... Ma oggi, dopo anni di cultura generale sul mondo delle grandi complicazioni, la richiesta di queste referenze è aumentata a dismisura.

Questo risultato ci rende molto fieri ed orgogliosi del lavoro svolto.»

Oggi il mondo sembra impazzito per alcuni modelli, uno di questi è il Nautilus. Come fate a gestire le mille richieste che sicuramente avrete?

Alessandro Bartorelli «Nel comunicare ai clienti che Patek Philippe non è un monoprodotto e di conseguenza esistono tanti altri bellissimi segnatempo che possiedono il sigillo Patek Philippe e quindi il massimo delle caratteristiche che un orologio può avere. Basta pensare che in questi ultimi anni sono state presentate



Alessandro e Marco Bartorelli
di Bartorelli Gioiellerie 1882 spa

complicazioni e grandi complicazioni che hanno avuto un successo incredibile.»

Lavorare in orologeria è un obbligo familiare oppure una scelta?

AB «Non è mai stato un obbligo, fin da piccoli i nostri genitori ci hanno comunicato che eravamo liberissimi di percorrere il nostro cammino anche in altri settori, ma che comunque, qualsiasi lavoro avessimo scelto, avremmo dovuto affrontarlo con passione e sacrificio ed è quello che ha sempre fatto la differenza nella nostra azienda.»

Cosa le piace di più del mondo dell'orologeria e del suo lavoro?

AB «Sicuramente è un settore dove si è a contatto con il bello in tutte le sue sfumature, ma la cosa più affascinante e che qualsiasi gioiello o segnatempo è unico e realizzato a mano.»

Cosa le piace di meno?

AB «Come in qualsiasi settore, sicuramente è un mercato in continua evoluzione e cambiamento, che da un punto di vista può spaventare ma nello stesso tempo ti dà gli stimoli giusti per continuare a guardare al futuro ed investire.»

Il suo primo orologio?

MB «Il mio primo orologio è stato un Tudor, regalatomi dai miei genitori per la Prima Comunione. Un bellissimo oggetto, legato ad un ricordo altrettanto bello.»

AB «Un Tudor per la comunione, ricordo quel momento come se fosse oggi!»

L'orologio dei sogni?

MB «Non ho un orologio dei sogni, sono innamorato dell'orologeria in generale; ne amo i meccanismi e le complicazioni. Ogni orologio, a modo suo, è un sogno.»

AB «Trattando i più grandi brand dell'orologeria non è semplice

dire quale sia l'orologio dei sogni. A differenza di tanti altri, mi piace l'esclusività e la ricerca di ciò che non tutti hanno ed in questo senso Patek Philippe è stato fin da sempre maestro nel comunicare questa filosofia. Attualmente l'orologio che mi piace di più è il ref. 5905R oro rosa della manifattura ginevrina.»



Patek Philippe ref. 5968G