



TUTTO OROLOGI

ROLEX

Un padiglione alla Biennale di Venezia

Mossa dall'impegno verso la precisione e l'estetica, Rolex ha stretto un legame con il mondo dell'architettura per progettare i suoi edifici in tutto il mondo e sostenere la Biennale di

Venezia in qualità di partner esclusivo e orologio ufficiale dell'evento. Il sostegno si estende all'importanza di far crescere gli architetti di domani. Dal 2002, l'iniziativa Rolex Maestro e Allievo associa maestri ad artisti emergenti per una collaborazione creativa: per il 2023-2024, il ruolo sarà ricoperto da Anne Lacaton.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



A. LANGE & SÖHNE

La boutique a Milano rispecchia l'essenza della maison sassone

Con l'apertura della sua nuova boutique nel cuore della metropoli italiana della moda, A.Lange & Söhne continua a espandere la propria attività in Italia. La maison sassone di alta orologeria accoglie ora i suoi clienti milanesi in via Pietro Verri, nel vivace quadrilatero milanese della moda. Dal 1995 A.Lange & Söhne è presente in Italia con i suoi segnatempo di manifattura tedesca realizzati a mano e la stima degli appassionati italiani per questi orologi è, oggi, più alta che mai. Il punto vendita esistente nella storica sede di via Pietro Verri a Milano è stato ora ampliato e trasformato in una boutique monomarca – la prima del suo genere sul mercato italiano – in collaborazione con il partner di lunga data Pisa Orologeria.

Gli spaziosi locali progettati in un moderno stile lounge offrono un servizio eccellente e un ambiente invitante, su una superficie di 50 metri quadrati che riflette la predisposizione del brand alla perfezione e all'artigianalità in ogni dettaglio. I materiali selezionati con cura e le sfumature cromatiche dell'elegante design interno, invitano i visitatori a entrare nell'emozionante mondo della manifattura tradizionale, che può guardare con orgoglio allo sviluppo e alla produzione di 71 movimenti fatti su misura sin dalla sua rifondazione nel 1990. Il 'Wall of Parts', un'installazione a parete con centinaia di componenti di movimenti rifiniti a mano, illustra la ricerca della perfezione tecnica e del massimo livello manifatturiero.

Nella nuova boutique, i clienti possono ricevere una consulenza competente e personalizzata, sia su appuntamento che in modo spontaneo, in un ambiente accogliente e rilassante. Per offrire ai visitatori un'idea rappresentativa della collezione, sono disponibili numerose referenze inclusi i modelli in edizione limitata riservati alle boutique. Per Wilhelm Schmid, CEO di Lange, la nuova boutique segna una tappa importante nello sviluppo del mercato italiano: «Siamo orgogliosi di aver realizzato, in collaborazione con Pisa Orologeria, un ambiente esclusivo per i nostri clienti italiani».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La leva della creatività nel settore del lusso
A Riccione spazio per le linee Rare and Unique

Bartorelli rilancia: apre a Bologna e Firenze

di Giuseppe Di Matteo

Bartorelli: orologi e gioielli. Una storia in rima che comincia nel 1882 nell'entroterra romagnolo e che da quasi un secolo e mezzo continua a essere scritta con la stessa passione. La stella polare del Gruppo, che dopo tre generazioni conserva ancora una dimensione familiare, è la qualità. Orologeria, certo. A cominciare dai grandi marchi (Patek Philippe, Cartier, Bulgari, Jaeger-Le Coultre, IWC, Breguet e tanti altri). E poi c'è il mondo sterminato dei gioielli e delle pietre preziose. Il quartiere generale è a Riccione, sede del primo storico negozio.

Ma Bartorelli è presente anche a Bologna, Milano

Marittima, Cortina d'Ampezzo e Forte dei Marmi (con 3 punti vendita: il primo multibrand; gli altri due, invece, sono i monomarca Bulgari e Hublot). E il 2023 ha in serbo due nuove aperture: la prima a Bologna, in Galleria Cavour, dove è già presente il primo negozio Bartorelli; e la seconda a Firenze, nella centralissima Via Roma.

«**Non solo boutique** esclusivamente in località di villeggiatura di alto profilo e tradizione per servire una clientela italiana e internazionale di turisti alto spendenti, il Gruppo continua la nuova fase del percorso di sviluppo rafforzando la sua presenza con un secondo negozio a Bologna e, novità assoluta, a Firenze, un'altra delle grandi città italiane, per ampliare e consolidare anche la clientela cittadina», spiega Carlo Bartorelli, presidente e amministratore delegato del Gruppo.

Ma un occhio di riguardo è stato riservato anche alla 'capitale' di Bartorelli, che si rifarà il look. A breve è infatti prevista l'inaugurazione dell'ampliamento della boutique di Riccione: 500 metri quadri di superficie espositiva e uno showroom nuovo di zecca delle collezioni di alta gioielleria Bartorelli Rare and Unique, cui si affiancheranno una serie di corner dedicati a grandi nomi della gioielleria come Pomellato, Vhernier, Chopard e Gucci; e non mancherà una sala eventi per i clienti vip. Ma l'apertura dei nuovi punti vendita è solo uno dei tasselli della strategia del Gruppo.

«**Il mercato del lusso** sta cambiando – prosegue Bartorelli –, gli esperti di settore prevedono un tasso di crescita del mondo del lusso pari al 5 per cento per i prossimi due anni». E dei cambiamenti in corso gli orologi e i gioielli sono ovviamente protagonisti: «Nell'orologeria sta aumentando anche il valore dell'usato e del vintage anni '60 e '70 – continua Bartorelli –, i valori culturali ed estetici sono fondamentali per il cliente, che oggi si interessa all'acquisto di pezzi vintage nei quali trova contenuti ed estetica rari e ricercati. Ambitissimi sono soprattutto i modelli iconici delle marche più importanti. E registriamo anche la crescita dei marchi indipendenti di alta gamma, ad esempio F.P. Journe. Ecco la tendenza su cui puntare».

Ma orologi e gioielli sono anche oggetti che trascendono il lato puramente estetico. «L'acquirente è sempre più sofisticato – conclude Bartorelli –, oggi più che mai, con l'inflazione in aumento, la percezione è quella del valore dell'investimento sul prodotto. Oltre che belli esteticamente le pietre preziose e gli orologi sono anche un bene rifugio e un ottimo investimento. E questo porta un'accelerazione della domanda».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Nella foto qui a sinistra Carlo Bartorelli, presidente e amministratore delegato del Gruppo che, dopo tre generazioni, conserva una dimensione familiare

BREIL

Doppio B Reflex Design essenziale fluido e sinuoso per i polsi femminili



Breil presenta la collezione di orologi femminili B Reflex, segnatempo che diventano elementi di raccordo tra le collezioni di gioielleria e le proposte di orologi del brand. I due modelli hanno cassa rotonda da 28 mm e si caratterizzano per il design fluido e sinuoso. L'originalità di B Reflex si esprime attraverso la sofisticata scelta del nuovo design 3D, con la modellazione del metallo che si nutre di influenze architettoniche e contaminazioni organiche. Il quadrante sceglie la semplicità del decoro sunray con indici applicati e il logo Breil a ore 12. Le sfere ore e minuti in acciaio sono essenziali, la lancetta dei secondi svela l'elemento B, delicata signature dell'orologio che si può scegliere sia con cassa e cinturino in acciaio lucido silver e quadrante sunray color argento come indici e sfere, che nella tonalità acciaio IP Gold. La collezione B Reflex di Breil monta un movimento al quarzo Seiko VJ22, ed è impermeabile fino a 5 atmosfere.

© RIPRODUZIONE RISERVATA