

Il più giovane e tecnologico dei tre punti vendita Hausmann & Co. è quello di via del Babuino 63, che ha come store manager Daniela Mannarà



In via del Corso 406 si trova la sede della celebre orologeria romana, presente a questo indirizzo dal 1890. Il suo store manager è l'insossidabile Mario Didone



In via dei Condotti 28, nel cuore dello shopping romano, si trova la terza boutique di Hausmann & Co. Lo store manager è Fiorella Fadda



Benedetto Mauro, co-amministratore di Hausmann & Co., analizza il problema delle leggi che «fanno da deterrente agli acquisti» e dei controlli fiscali

«Cambiamo le regole»

L'INTERVISTA

A circa mille chilometri dal cuore della Svizzera orologiera, c'è una realtà commerciale che tutto il mondo ci invidia. Si tratta di Hausmann & Co., nata nel 1794 e oggi riferimento indiscusso per tutta la modellistica di altissimo livello. Alla sua guida troviamo Francesco Hausmann e Benedetto Mauro. Proprio con quest'ultimo ci siamo confrontati sul momento, complesso, del nostro mercato. Esiste un problema italiano? «Il "problema italiano" esiste e non si risolve finché avremo il permesso di utilizzare i contanti solo fino a 999 euro. In altri paesi, tipo Francia e Spagna, il limite è di 3.000 euro. Ma questo non sarebbe neanche il problema maggiore».

«MOLTI CLIENTI SENZA ESSERE EVASORI VANNO A COMPRARE ALL'ESTERO E PAGANO L'IVA LÌ»

Benedetto Mauro

Esperto in modelli d'epoca, consulente del Tribunale di Roma, Benedetto Mauro, che guida assieme a Francesco Hausmann la Hausmann & Co., è una delle massime autorità mondiali della orologeria



Uno dei segni distintivi di Hausmann & Co. è il laboratorio di assistenza integrato all'interno della struttura e autorizzato da alcune delle più importanti case svizzere: 45 persone che lavorano in questa "piccola azienda"

Qual è il maggiore?

«E' che in nessun altro paese europeo, o forse del mondo, il cliente che spende una cifra superiore ai 3.600 euro deve essere identificato fiscalmente. Questo ci ha trasformato in una sorta di "controllori" per conto dello Stato. Ma io come faccio a chiedere al mio cliente affezionato, con il quale ho un rapporto che dura da una vita, il suo codice fiscale per effettuare l'acquisto?». Il risultato? «Queste norme si trasformano

in deterrenti pazzeschi: sono riuscite a fermare il mercato». Quindi gli italiani non comprano più orologi importanti? «Continuano a farlo, solamente hanno cambiato luogo, anzi nazione dove effettuare gli acquisti. Non dimentichiamoci ad esempio, che siamo a un tiro di schioppo da Vienna. In tanti vanno lì a fare i loro acquisti. Tutto regolare, pagando l'Iva austriaca e producendo ricchezza, e quindi tasse, al di fuori dell'Italia, dove hanno tolto una fonte di reddito e di lavoro».

C'è una soluzione?

«Il contante dovrebbe ricominciare a girare, perlomeno ai livelli degli altri paesi europei. Poi bisognerebbe eliminare la spada di Damocle dell'identificazione fiscale». Perché nessun governo mette mano a queste problematiche? «Perché chi lo facesse sarebbe immediatamente tacciato di "aiutare gli evasori fiscali", quando invece i veri evasori sorridono davanti ai tremila euro in contanti oppure all'identificazione fiscale. Provate a identificare

una società con sede alle Cayman...». Una situazione difficile «Non solo, ma anche così piena di incongruenze da sfiorare a volte il ridicolo. Ad esempio i negozianti sono autorizzati ad accettare pagamenti in contanti fino a 15mila euro se gli stessi sono effettuati da un non residente nella UE. Questa norma però va contro alla regola dei 10mila euro massimi in ingresso in Europa. Quindi se un cliente mi paga con 15mila euro in contanti, come avrà fatto a farli

«L'etica del lavoro la correttezza e il rispetto per il cliente sono qualità imprescindibili»

passare dalla dogana? Legalmente li avrebbe dovuti dichiarare...».

Si tratta di una problematica sociale e non di orologeria.

«Certamente, basta guardare i dati del gettito dell'Iva, che è sceso di quasi 4 miliardi. Questo perché le uniche imprese in attivo oggi in Italia sono quelle che esportano e quelle che vendono dei prodotti ai turisti: in tutti e due i casi non c'è gettito Iva. Chi vende agli italiani invece, oggi incassa molto meno e questo giustifica i 4 miliardi sopra citati».

Un quadro abbastanza preoccupante.

«Sì, anche perché non è finita qui. Aziende come la nostra che vendono in larga parte a stranieri che non pagano l'Iva, dovrebbero avere il rimborso con una certa regolarità. Nel resto dell'Europa il credito d'Iva viene dichiarato a gennaio e pagato a aprile o può essere usato in deduzione dalle tasse da pagare».

E invece in Italia?

«Quando va bene, il credito d'Iva viene ripagato dopo due anni, anche tre e sempre con molta riluttanza. Questo pone un problema bruciante di liquidità».

Paolo Gobbi
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il nuovo Calatrava 5227 viene proposto in oro giallo (27.300 euro), in oro bianco oppure rosa (28.810 euro)



Patek Philippe non smette di stupire

MANUALITÀ

Il Calatrava, archetipo dell'orologio da polso rotondo classico e i modelli in stile Officer, dotati di secondo fondello a cerniera, figurano da molto tempo tra le creazioni Patek Philippe. Quest'anno però la casa ginevrina ha deciso di unire i loro principali segni di riconoscimento presentando il nuovo Calatrava 5227, con doppio fondo cassa: superiore a coperchietto e inferiore trasparente zaffiro. Merita di essere evidenziato che le casse perfette non lasciano trasparire tutta la ricerca estetica, le difficoltà tecniche e le



estria artigianale che si celano dietro la loro creazione. La cassa rotonda classica da 39 mm in oro di questo Calatrava ne fornisce un bell'esempio con la sua lunetta leggermente concava, le anse ricurve e il suo profilo sottile. A ciò si aggiunge che si distingue appena la piccola unghia che consente di aprire il fondello e che la cerniera è totalmente invisibile quando l'orologio è al polso. La si scopre solo esaminando la cassa da vicino per leggere un'eventuale dedica incisa, o per osservare attraverso il fondo il suo sofisticato movimento, realizzato in manifattura e impreziosito da finiture di altissimo livello.

P.P.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Chanel bianco splendente tocca la luna

Il contatore in avventurina all'interno del quale sono visualizzate le fasi lunari indicate da una lancetta centrale



Sotto, il J12 Moonphase di Chanel nella versione in ceramica high-tech nera. Costa 6.900 euro. La variante con 696 diamanti costa 855.000 euro



Il J12 Moonphase monta un movimento a carica automatica con autonomia di 42 ore. A sinistra la versione con cassa e bracciale in ceramica bianca che costa 6.900 euro

L'ICONA

Sono passati appena dieci anni da quando Chanel, con il suo J12, affermava il bianco come un colore orologicamente valido. Fino a quel momento, infatti, era stato il nudo metallo a farla da padrone, con il grigio dell'acciaio e il giallo dell'oro. Da quel momento in poi invece, nulla è stato più come prima. La ceramica si è affermata anche nell'alta orologeria, mentre il disegno del J12 si trasformava in una solida icona di

perfezione e di eleganza. Oggi Chanel aggiunge un altro mattone alla costruzione di questa riuscita collezione, spostando l'obiettivo ancora più lontano, nello spazio fino alla luna. Mescolando modernità, eleganza e purezza, l'orologio J12 si offre quindi in una versione inedita con le fasi lunari. Sollevando lo sguardo verso la volta celeste, il J12 Moonphase intraprende un nuovo viaggio che combina eccellenza tecnica e raffinatezza estetica.

BLU INTENSO E ORO

Le fasi lunari sono una funzione storica dell'orologeria meccanica, che visualizza l'evolversi della posizione del satellite terrestre: luna nuova, primo quarto, luna piena e ultimo quarto. A differenza delle fasi di luna classiche, leggibili at-



traverso un guichet, in pratica quella sorta di finestrella a semicerchio, quelle del J12 Moonphase vengono visualizzate su un disco in avventurina color blu intenso ornato di pagliuzze d'oro. Posizionato alle ore 6, il disco presenta le quattro fasi principali della luna ed è dotato di una piccola lancetta a serpentina in acciaio lucido. Se osserviamo la cassa, notiamo che la lunetta, sia con diamanti che in ceramica high-tech, è diventata più sottile offrendo una grande apertura al quadrante le cui rifiniture satinato o a guilloché, si iscrivono nella più pura tradizione orologiera. In ceramica bianca o nera, arricchito con diamanti oppure in una versione gioiello, il J12 Moonphase concentra tutta la forza della seduzione classica e dello spirito creativo di Chanel.

P.G.

© RIPRODUZIONE RISERVATA