

Speciale Orologi

Vacheron Constantin

La nuova collezione Métiers d'Art Elégance Sartoriale

■ Ha stoffa da vendere la nuova collezione Métiers d'Art Elégance Sartoriale. Cinque i motivi iconici ispirati a altrettanti tessuti della collezione Vitale Barberis Canonico, utilizzati dagli incisori e dagli smaltatori della manifattura Vacheron Constantin per creare alcuni modelli: lo Spinato, il Principe di Galles, il Tartan, il Gessato e il Windowpane. Spiccano i quadranti «vestiti» da disegnature classiche dell'abbigliamento maschile, creati da uno dei più antichi lani-

fici al mondo che vanta ben 353 anni di attività alle spalle ed è giunto alla tredicesima generazione familiare. Ma la collaborazione con la maison di alta orologeria Vacheron Constantin rappresenta altro: idealmente è la passione per i bei mestieri, il senso della misura, lo spirito delle forme, l'attenzione al dettaglio e l'eleganza sartoriale delle due aziende. La collezione sarà in vendita presso le boutique Vacheron Constantin da settembre 2016.



Classe
Inconfondibili
i nuovi modelli
di Vacheron
Constantin

«Il fisco frena il mercato italiano»

Il «watch guru» Benedetto Mauro a capo della catena Hausmann & Co. «Soffriamo il fatto di non avere più una clientela italiana, ma solo turisti»

Roberta Maresci

■ Un palmo di mano è lo spazio che ci divide dalla cometta. Dall'altra parte, solo un watch guru come Benedetto Mauro è capace di azzarare di colpo i chilometri che ci separano. Saranno una decina dai tre negozi di Roma, quello storico in via dei Corso, l'altro in via dei Condotti e il più recente in via del Babuino (Palazzo Fabri Saraceni). Per i fan dei segnatempo, è come se fossimo nella Svizzera orologiera. In realtà Benedetto Mauro, insieme a Francesco Hausmann, è alla guida di una realtà commerciale nel settore dell'orologeria che il mondo ci invidia.

Si tratta di Hausmann & Co. Nata nel 1794 è il riferimento indiscutibile per tutta la modellistica di altissimo livello. Chi l'avrebbe mai detto! La passione del signor Mauro era l'ingegneria. Dopo il biennio al Collegio Ghislieri a Pavia, tornò a Roma. Il destino aveva deciso diversamente, facendogli incontrare Carla Frielingsdorf, sua futura moglie. Non sapeva nulla della sua famiglia, ma commentandole che l'audemars Piguet al polso non funzionava correttamente, lei si offrì di farglielo riparare. In pratica il suo cognome rappresentava la «Co» del marchio Hausmann & Co. Oggi Benedetto Mauro è consulente del Tribunale di Roma, ed è anche una delle massime autorità per quanto riguarda l'orologeria storica, civile e religiosa.

Ma di certo è soprattutto l'uomo giusto per un confronto sul settore. Si è appena chiuso il BaselWorld (a Basilea), che degli orologi è l'avetina più importante ed affascinante del mondo. Lì va in scena ogni dodici mesi il repertorio dell'innovazione e del progresso e li si consumano i ritmi di collezionisti e produttori. Pensato come un Salone Mondiale, sta agli orologi come quello di Ginevra alle automobili, e non solo perché entrambe le manifestazioni si svolgono in terra confederata. Piuttosto, sublimano la perfezione meccanica del movimento. Quello a quattroruote. E quello a bilanciere.

Ma che aria tira nel settore degli orologi?

«Il tempo è sereno. La sensazione è che la fiera guarda al futuro con ottimismo. Ovviamente facendo delle operazioni di messa a punto della produzione, nel senso che nessuna tra le case importanti lancia ormai ogni anno tanti prodotti nuovi e importanti. Piuttosto si tengono le produzioni sul livello lievemente inferiore rispetto all'anno precedente.



Fiera di Basilea

«Buoni segnali per il futuro con un occhio alla produzione»

Questo ovviamente per creare una domanda che assicura la «caccia al tesoro» del prodotto. Spesso difficile da replica-

re, raro e capace di mantenere un valore elevato nel tempo. Come forma di investimento. L'orologio importante, a differenza di una borsa per le donne, ad esempio, ha di bello che lo si apprezza indossandolo, ma poi quando si vuole rivenderlo è capace di ridare una cifra di poco inferiore a quanto pagato. E capitato sempre con



Guru
Benedetto
Mauro
di Hausmann
& Co.

il famoso Daytona della Rolex: si comprava a 10? Si rivendeva a 11. Perché i quantitativi prodotti erano pochi, c'era difficoltà nel replicare il prodotto sia per motivi meccanici che estetici. Inoltre c'è anche il valore di un marchio. Rolex è stato l'orologio che ha accompagnato grandi imprese sportive, come quella di Jacques Pic-

Novità L'idea bizzarra di Giuliano Mazzuoli che ha creato «Carrara»: la cassa è interamente in cemento

Con il marmo di Michelangelo al polso

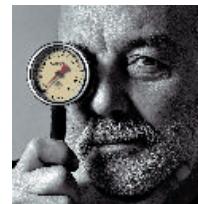
■ Portare al polso il marmo di Michelangelo. Non una idea bizzarra, ma realtà in casa del genio Giuliano Mazzuoli. Dopo aver disegnato la penna «Moka» durante una lezione in inglese, il suo sguardo si spostò sul manometro di un vecchio compressore d'aria. Il giorno dopo, quella idea l'aveva addosso come prototipo non funzionante, ma fedele a quello strumento, trasformato in un congegno per misurare l'ora. Iniziava così, oltre 10 anni fa, la sua avventura nell'universo dell'orologeria.

Oggi, sulla scia dei consensi collezionati dal «Manometro», alla soglia dei settant'anni il designer chiantigiano, la cui azienda si trova nella zona industriale di Tavarnelle Val di



Pesa (FI), brinda al neonato «Carrara»: il quadrante e il meccanismo Swiss Made, sono identici all'originale Manometro, ma la cassa è interamente di cemento.

L'amico Oliviero Toscani già ne va pazzo. Attenzione però, perché non si tratta di un



nuovo orologio. L'obiettivo era trovare un materiale che insieme al proprio colore avesse dati particolari ed affascinanti effetti cromatici fino ad ora inediti per una cassa di orologio. Giuliano dice sorridendo: «È stato un colpo di fortuna, avevo proprio in casa la creati-

vità con la quale cerco umilmente di mantenere un buon rapporto.

Nel mio giardino c'era una situazione di manutenzione ed io mi ero soffermato ad osservare i muratori che stavano preparando del calcestruzzo. Pensai proprio a quella miscela per costruire un nuovo rivestimento e la fase successiva è stata di mantenere quel colore grigio/verde che mi attraeva così tanto ma che normalmente il calcestruzzo perde con la stagionatura ed essiccazione».

E mentre gentilmente chiede di non mettere aggettivi davanti al suo nome, sembra il suo sguardo si sia già posato su un altro oggetto. Chissà cosa bolle in pentola?

R.M.

card e Don Walsh quando nel 1960 sono scesi nelle profondità oceaniche della Fossa delle Marianne a 10.916 metri con un Rolex Sea Dweller Deep Sea Special. Oppure durante la spedizione Hillary alla conquista dell'Everest nel 1953, i cui membri della squadra indossavano un Rolex Oyster. Tra i più grandi capolavori dell'orologeria c'è il Rolex Chronograph 1942 (prezzo 1,16 milioni di dollari). Ne esistono soltanto 12 esemplari, il cui costo originale era di 680.000 dollari. L'orologio ha una finitura di nichel e un quadrante in argento opaco. Che dire dell'Eric Clapton's 1971 Rolex Daytona (prezzo 505.000 dollari)? È un orologio dotato di un quadrante monocromatico d'argento, abbastanza in contrasto con gli schemi usuali degli altri orologi della casa svizzera. D'altro c'è un'altra forma e storia rispetto al Cosmograph Daytona Arcobaleno con lunetta tempestata con 36 zaffiri colorati disposti in un ordine specifico, in base a quanto suggerisce un vero arcobaleno. Tanto complicato da costruire che, tempo an-

no, partiva da una base di 100 mila euro (da 70 mila di lire di listino). Un capolavoro e non un errore, premiato dal mercato».

Da stime Assorologi, l'Italia continua ad apprezzare l'orologio da polso, le cui vendite sono in aumento del 12%. C'è però qualcosa che «trattiene» il mercato: cosa?

«In Italia si soffre di avere una clientela italiana che, tradizionalmente, era tra le migliori (per la parte maschile). Ora poi siamo diventati una sorta di «controllori» per conto dello Stato. Dovendo chiedere al cliente che spende una cifra superiore ai 3600 euro, il codice fiscale, per essere identificato. È una norma deterrente. Così, capita che gli italiani vadano a fare i loro acquisti altrove, producendo ricchezza. Da noi è forte la clientela turistica, soprattutto dall'estremo Oriente, quindi Cina, Hong Kong, Thailandia, Corea e Giappone. Sono calati i russi e gli americani».

Quali le novità di Basilea? «Il Patek Philippe è sempre la Rolls-Royce dell'orologeria: merito anche di un impressionante repertorio di oltre 80 brevetti d'invenzione. E merito del nuovo Cronografo Oro Universali, Ref. 5930 (sfiora i 70 mila euro), che unisce due complicazioni molto richieste. In sostanza sostituisce l'Ore del Mondo, icona che con la cassa in acciaio a un'asta ottiene un record ancora insuperato».