

Icone. Il marchio resta saldamente della famiglia Stern, che ha deciso di celebrare il nuovo negozio nella Capitale e la partnership con Hausmann & Co. con una collezione speciale

Patek Philippe difende l'esclusività e omaggia Roma

Chiara Beghelli

Cosa fa diventare un orologio il più costoso al mondo? Una grande e piccola suoneria, una ripetizione minuti, un calendario perpetuo con display dell'anno a quattro cifre, un indicatore di giorno e notte, una cassa da 47 mm che contiene due orologi, uno sul fronte e uno sul retro: sono solo alcune delle caratteristiche della versione speciale del Grandmaster Chime di Patek Philippe battuta per la cifra record di 31 milioni di dollari (che lo rende appunto il più costoso di sempre) all'edizione 2019 dell'asta Only Watch, che si è tenuta a Ginevra lo scorso 9 novembre per raccogliere fondi da devolvere alla ricerca contro la distrofia muscolare.

Un orologio unico che esprime e conferma efficacemente l'attrattiva di Patek Philippe per gli appassionati di segnatempo. La manifattura resta ormai la sola, fra i grandi marchi, a essere controllata da una famiglia, gli Stern, che la rilevarono nel 1932: per questo non vengono diffusi dati ufficiali di bilancio, e la stima del fatturato 2018 di Vontobel corrisponde a 1,455 miliardi di franchi svizzeri (pari a circa 1,3 miliardi di euro), in crescita del 7% rispetto all'anno precedente. Dal 2009 alla guida dell'azienda c'è Thierry Stern, 49 anni e quarta generazione della famiglia, che anche quest'anno, in maggio, è tornato a negare fermamente la possibilità di una cessione del marchio, che è ben consapevole della sua appetibilità ma che gestisce produzione e distribuzione con ponderata selettività.

Per questo, per esempio, Stern non cede alla tentazione di soddisfare le



La nuova boutique.

Al centro Thierry Stern, presidente Patek Philippe, fra i due ceo di Hausmann & Co.



Edizione limitata.

Uno dei 25 esemplari del modello Ore del mondo (ref 5230R) con quadrante rosso porpora, colore simbolo di Roma

crescenti richieste del mercato per un aumento della produzione del modello Nautilus in versione acciaio, poiché potrebbe in qualche modo abbassare il senso di esclusività del marchio, come lui stesso ha rivelato in una recente intervista a Hodinkee.

E sempre secondo la stessa logica, Patek Philippe ha aperto la sua prima boutique a Roma in partnership con uno storico collaboratore, Hausmann & Co., che ha investito circa 200 mila euro nel progetto (la boutique è di sua proprietà) e che proprio nel 2019 ha raggiunto i 225 anni di attività nella Capitale: «Rientra nella nostra politica celebrare i nostri partner di più lungo corso - ha affermato Stern, personalmente intervenuto all'inaugurazione del negozio di 130 metri quadri su via Condotti lo scorso 16 settembre -, ma ci siamo posti comunque un limite per le collaborazioni».

Una scelta che conferma la selettività di Patek e che si è concretizzata in una collezione in edizione limitata dedicata a Roma, giocata sulla costruzione lessicale del numero 225 e composta dunque da due orologi pezzi unici "Rare Handcraft" con quadrante in smalto cloisonné raffiguranti Piazza di Spagna e Castel Sant'Angelo (realizzati con 65 e 51 cm di filo d'oro, con 22 e 14 colori di smalto passati alla cottura nove volte a 820 gradi); 100 esemplari di Calatrava ref 5296, di cui 50 in oro rosa e 50 in oro bianco, con quadranti inediti che indicano il 12 con cifre romane, e 25 esemplari "Ore del Mondo" ref 5230R con quadrante al centro guilloché a mano color rosso porpora, simbolo di Roma, e indicazione di Roma sul disco e dei fusi orari. Su ogni fondo cassa si trova l'incisione "Hausmann & Co. 1794-2019".

© RIPRODUZIONE RISERVATA