

HAUSMANN & CO.



01



02

L'ARTE DI ATTRAVERTA

Conosciuta anche come l'orologeria dei Papi, è un'azienda con secoli di storia ed è stata capace di restare al passo con la modernità, senza mai fermarsi

PACO GUARNACCIA

01

Da sinistra, Francesco Hausmann e Benedetto Mauro, co-amministratori delegati di Hausmann & Co. Left to right, Francesco Hausmann and Benedetto Mauro, co-CEOs of Hausmann & Co.

02

Le vetrine del negozio multibrand di via del Babuino 63 a Roma. The windows of the multi-brand store at Via del Babuino 63, in Rome.

«La nostra storia ultracentenaria rispecchia quella dell'orologeria con i suoi mutamenti. In 225 anni l'orologio ha cambiato pelle almeno quattro volte. Ai tempi in cui è nata la nostra azienda, l'orologeria era fatta sui campanili e i modelli da polso neanche si potevano immaginare. La produzione per qualche tempo è stata appannaggio di fabbri, muratori e costruttori di cattedrali, in seguito è passata nel segmento della pendoleria e realizzata da orologiai, ma, visto che i meccanismi erano alloggiati in strutture di legno, per un certo periodo il nostro laboratorio ha avuto anche una falegnameria. Poi si è aggiunta l'orologeria da tasca e, nel dopoguerra, ha preso piede l'attività vicina a come lo è ora. Ci sentiamo pluriscolari perché in tutti questi secoli abbiamo fatto, semplificando, almeno quattro mestieri diversi». Così Francesco Hausmann e Benedetto Mauro, co-amministratori delegati di Hausmann & Co., azienda nel cuore di Roma fin dal 1794, che attualmente presenta un flagship store in via del Babuino e i negozi ufficiali di Patek Philippe e Rolex, entrambi in via dei Condotti, spiegano come l'attività che guidano abbia attraversato epoche diverse, restando sempre tra le più autorevoli e importanti a vendere alta orologeria in Italia. Tanto importante e famosa da essere conosciuta storicamente anche

come l'orologeria dei Papi. «È una storia lunga e importante iniziata grazie a Max Hefner, capitano degli Zuavi Pontifici (un corpo militare del Papa) e avo della famiglia Hausmann, che diede il via al legame con il papato. Una particolarità in merito al nostro rapporto con i Papi è che Sua Santità Papa Montini è stato nostro cliente fin dai tempi in cui era Monsignore. Tra i nostri clienti abituali abbiamo avuto anche Giulio Andreotti e Francesco Cossiga», raccontano gli ad. Un passato da libro di storia e un presente ben strutturato. «Oggi nella nostra gestione manteniamo due sensibilità: quella più attenta al mercato e quella più focalizzata sui concetti e i messaggi di alta qualità artigianale espressi dal prodotto che trattiamo», continuano. «A seconda dei modelli, attualmente abbiamo una percentuale di circa il 60% di clientela italiana e il 40% internazionale, con una prevalenza del mercato orientale». Tra i tanti cambiamenti affrontati anche quelli che hanno visto Hausmann & Co. in prima linea quando sul mondo del retail si è affacciata l'ultima e più recente evoluzione: l'apertura di boutique monomarca incentivate dalle maison stesse. «Nel 2018 abbiamo deciso di aprire un negozio Rolex. Un passo molto importante per noi anche perché ha creato un effetto domino che ci ha fatto valutare il riassetto del nostro gruppo: partendo



03



04

RE IL TEMPO

da una situazione iniziale di tre negozi multibrand, ci ha portato a una trasformazione totale culminata nel 2019 anche con l'apertura di una boutique di Patek Philippe che ha coinvolto un'altra nostra location, sempre su via Condotti. Mentre il negozio di via del Babuino è destinato a rimanere l'unico nostro flagship store. Ma il cambiamento è ancora in atto e di punti vendita in futuro ne prevediamo almeno quattro. Altri potranno aggiungersi. Diciamo che dal 2018 abbiamo fatto un salto di qualità dal punto di vista gestionale, tante che oggi possiamo dirci strutturati per gestire anche 30 vetrine...». Dietro le quali Hausmann & Co. è pronta a far vivere un momento speciale: «Quando il cliente entra, noi ci accendiamo. Sappiamo che quel momento è la celebrazione di qualcosa di importante che verrà ricordato per sempre. Un discorso che vale anche per chi di orologi ne compra tanti o per chi è un collezionista. L'orologeria non potrà mai essere solo estetica perché quello che si trova dentro alla cassa di un orologio non è solo un meccanismo. Ma è la reputazione e il concetto stesso della ricerca tecnologica e di valori immateriali che non potranno mai essere apprezzati se non dal vivo e con un'experience concreta. Per questo pensiamo che vendere questi modelli con l'e-commerce toglierebbe tutta la magia», concludono Hausmann e Mauro. ■

03-04

Hausmann & Co. gestisce nella centralissima via dei Condotti a Roma le boutique monomarca ufficiali di Rolex al civico numero 35/A (03) e quella di Patek Philippe (04) al civico numero 28. La prima è stata inaugurata nel 2018, la seconda un anno più tardi. Hausmann & Co. manages the official Rolex single-brand boutique at Via dei Condotti 35/A in central Rome and that of Patek Philippe on the same street at Via dei Condotti 28 (04). The former was opened in 2018, the latter one year later.

THE ART OF TRAVELLING THROUGH THE TIMES

The company long known as the Popes' watchmaker has a history of centuries and has always been able to keep up with modern times without rest

«Our history, which spans over one hundred years, reflects that of watchmaking with all the changes it has undergone. In 225 years, watches have shed skin at least four times. At the time when our company was established, watchmakers worked on bell towers. No one was even close to envisioning wrist models. For a time, production was the prerogative of blacksmiths, stonemasons and cathedral builders. Later it moved into the segment of pendulum clocks manufactured by watchmakers but, given that the mechanics were housed in wooden structures, our workshop also included carpenters for a time. Then pocket watchmaking was added and, after the war, watchmaking that is close to what we have nowadays took hold. We feel centuries old because, allow me, we have been doing at least four different jobs across all these centuries». Thus Francesco Hausmann and Benedetto Mauro, co-CEOs of Hausmann & Co., a company in the heart of Rome since 1794, which currently has a flagship store on Via del Babuino and Patek Philippe and Rolex official stores on Via dei Condotti, explain how the business they lead went through different periods, always remaining among the most authoritative and important in Italy in the trade of haute horlogerie items. So important and famous as to be long known as the Popes' watchmaker. «It is a long and important history that began with Max Hefner, captain of the Papal Zouaves (one of the Pope's military units) and the ancestor of the Hausmann family, who started the firm's association with the papacy. A peculiarity of our relationship with the Popes is that His Holiness Pope Montini had been our customer since the time he was Monsignor. Among our regular customers there were also Giulio Andreotti and Francesco Cossiga», recall the CEOs. Their past is in the history books and their present is well organized. «Today, we are sensitive to two aspects in our management: one that is closer to the market and one that is more focused on concepts and messages belonging to the high-quality craftsmanship expressed in the products that we sell», they continue. «Depending on the model, we now have about 60% Italian customers and 40% international customers, with a prevalence of the Eastern market». Among the many changes they have had to face, the latest development reaching the retailing world, i.e. the opening of single-brand boutiques sponsored by the watchmakers themselves, saw Hausmann & Co. fighting on the front line. «In 2018, we decided to open a Rolex store. A very important step for us, also because it created a domino effect that made us take into consideration the reorganization of our group, which, starting from an initial situation of three multi-brand stores, led us to a total transformation that culminated in 2019 with the opening of a Patek Philippe boutique that also involved another location belonging to us, again on Via Condotti. Whereas, the shop on Via del Babuino is destined to remain our only flagship store. But the change is still underway and we expect the opening of at least four stores in the future. Others may follow. Let's say that since 2018 we have made a leap forward in terms of quality from a management standpoint, so much so that today we can say that we are structured to manage up to 30 stores...». Behind which Hausmann & Co. is ready to experience a special moment: «When a customer enters, we light up. We know that that moment is the celebration of something important that will be remembered forever. A notion that also applies to customers who buy a lot of watches or to collectors. Watchmaking can never be just aesthetics because what is inside a watch case is not just a mechanism. It is the reputation and the very concept of technological research and intangible values that can never be appreciated unless in person in one's concrete experience. This is why we think that selling these models online would take away all that magic», conclude Hausmann and Mauro. ■