

Giovedì, 24 Novembre 2016

CORRIERE DELLA SERA

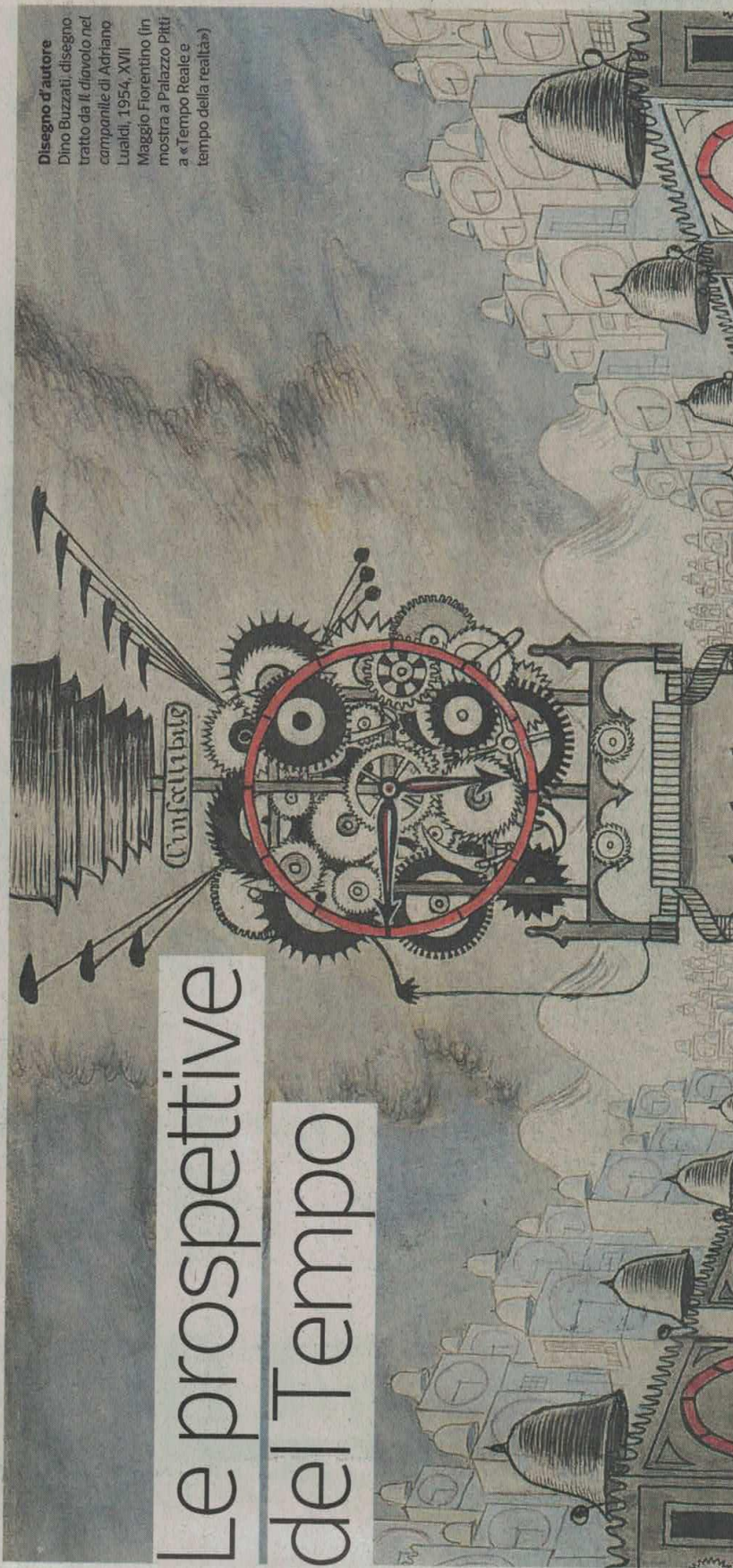
www.corriere.it

# Orologi

TENDENZE, PROTAGONISTI, NOVITÀ, CONSIGLI

C

Le prospettive  
del Tempo



Disegno d'autore  
Dino Buzzati, disegno  
tratto da Il diavolo nel  
compartile di Adriano  
Lualdi, 1954, XVI  
Maggio Fiorentino (in  
mostra a Palazzo Pitti  
a «Tempo Reale e  
tempo della realtà»)

## «Competitivi anche nel sapere le novità»

**C**onquistare giovani acquirenti, al tempo degli smartphone, è uno degli obiettivi commerciali su cui puntano i gestori delle orologerie italiane per sviluppare la clientela del futuro.

Soprattutto quelli che hanno costruito una solida storia imprenditoriale capace di essere al passo con l'evoluzione dei gusti dei



**Ring** Valeria Verga, appassionata di boxe (Marco Scarpa/skorpionpress)

consumatori. Come accade alla famiglia Verga, che grazie al capostipite Luigi aprì in via Mazzini a Milano, nel 1947, la sua prima orologeria.

Un'attività sviluppata negli anni con l'arrivo di suo figlio Valerio e della terza generazione formata da Umberto e Valeria. Così oggi le orologerie Verga presenti nel capoluogo lombardo sono diventate quattro. L'ultima, inau-

gurata l'anno scorso, è in Corso Vercelli. Un patrimonio d'esperienza commerciale che è un buon osservatorio per riflettere su quanto è cambiata la domanda dei clienti, in particolare quella delle nuove generazioni.

«L'arrivo di smartphone e smartwatch non ha trasformato la nostra attività — racconta Valeria Verga dell'omonima orologeria milanese —. Chi acquista un orologio di qualità non compie questa scelta solo perché è appassionato della meccanica e dei particolari materiali utilizzati, ma anche per la consapevolezza di poter tramandare ai posteri questo prezioso oggetto. Smartphone e smartwatch difficilmente raggiungeranno quest'ultimo obiettivo».

Ma quali caratteristiche stimolano maggiormente le nuove generazioni all'acquisto di un segnatempo? «Amano soprattutto gli orologi sportivi — spiega Verga —. Spesso, però, sono più affascinati dall'immagine estetica, piuttosto che dalla robustezza. Spetta a noi venditori consigliare un prodotto che contempi precisione, solidità e bellezza».

Ecco perché è fondamentale conoscere in tempo reale le novità del mercato. «Tenersi aggiornati senza sosta — conclude Valeria Verga — è un imperativo categorico per continuare a essere competitivi».