



ECONOMIA&PROTAGONISTI | IL TEMPO DELLE DONNE

Progettiste o manager, di polso

L'orologeria, a lungo territorio maschile, si lascia guidare da talenti e gusti al femminile

di **Daniela Fagnola**

Le donne stanno cambiando, e l'orologeria cambia con loro. Finita l'epoca degli stereotipi, del «che cosa vuoi capirne tu di meccanica, lasciati guidare da chi ne sa più di te», dell'orologio inteso come regalo delle grandi occasioni — offerto a figlie, fidanzate, mogli per laurea, maternità, anniversario di matrimonio.

Oggi le donne lo acquistano per se stesse, quando ne hanno bisogno o anche solo voglia: scelgono, comprano e pagano da sole il proprio orologio. E hanno le idee ben



Sogni d'antan Una giovane coppia, nel 1948, davanti alla vetrina di una orologeria (foto B. Hardy/Getty Images)

chiare: sanno distinguere un meccanico da un quarzo, un accessorio fashion da un esemplare per la vita, e sanno cosa vogliono, un compagno per tutti i giorni o un gioiello per la sera. L'estetica rimane importante per tutte (l'orologio ti deve piacere, ti rappresenta di un paio di scarpe), ma per alcune lo è altrettanto la tecnica. E le case di orologeria si adeguano: pensano a loro, producono per loro. Basta con i cloni in miniatura del passato, repliche pedissee di modelli maschili su scala ridotta. Ovunque nascono intere collezioni al femminile, creazioni originali ed esclusive con pari dignità meccanica di quelle maschili. A cambiare comunque è

l'intera filiera dell'orologeria. Nelle aziende si incontrano donne con incarichi di responsabilità finora predominio degli uomini: progettiste geniali come Carole Forestier (Cartier) o capaci ceo come Chabi Nouri (Piaget). È vero, sono ancora poche, ma sanno fare così bene il proprio lavoro da lasciare il segno, imprimere svolte al settore. Si spera facciano scuola.

E lo si vede anche nei negozi, nelle figure femminili dietro il bancone: figlie d'arte, cresciute a pane e lancette, proseguono l'attività di famiglia e ne tengono alto il buon nome, ma si sono ormai affrancate dall'autorità genitoriale. Non semplici commesse con un bel visino, ma professioniste preparate: imprenditrici che fanno di testa propria, si assumono le proprie responsabilità, rischiano in prima persona. Eccole.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Verga

Valeria vuol cavalcare le novità

di Daniela Fagnola



Ho il modello di mio padre Valerio che ha trascorso la vita nell'orologeria, ha una cultura spaventosa e un'enorme passione

«**C**i chiamano donne alfa — spiega Valeria Verga, titolare e «anima» del negozio di orologeria di corso Vercelli 19, a Milano, che pratica la boxe e l'equitazione —. Ma in questo settore è necessario: se dai segni di debolezza, ti prevaricano. Nel mio lavoro, infatti, non devi solo dar prova di conoscere il prodotto e la meccanica, ma anche di avere carattere, essere in grado di far rispettare le regole». Cioè le donne devono sempre dimostrare di saper fare il proprio mestiere? «Sì, come del resto in tutti gli ambienti professionali in mano agli uomini. Anche se io mi reputo fortunata: ho una clientela fissa con cui ormai sono riuscita a instaurare rapporti di fiducia, di amicizia. Certo, capita ancora di aver a che fare

con qualcuno titubante che, solo dopo averti sentito parlare, raccontare del movimento, spiegare la storia di quell'orologio, allora si rende conto che ne capisci, che sei competente».

Quindi tuttora esistono pregiudizi e luoghi comuni: «In realtà meno che in passato. Quando ho iniziato, nel 2003, era più faticoso: forse perché ero giovane, o perché sono stata una delle prime — e delle poche — ad affacciarsi in questo ambito... Mi guardavano con una certa diffidenza». E adesso? «Va meglio, ma non so se la cosa sia davvero cambiata o se sono solo cambiata io. Comunque c'è sempre da imparare: è importante tenersi sempre aggiornati, conoscere le novità, anche perché, a volte ti confronti con veri appassionati che ne sanno molto». Oltretutto l'orologeria è in costante evoluzione: si investe nella ricerca, ci sono continue

innovazioni nel campo dei materiali, delle tecnologie. «E poi ho come modello mio padre (Valerio Verga, ndr), che ha trascorso la vita nell'orologeria, ha una cultura spaventosa e un'enorme passione. È molto corretto ed estremamente rispettato. Mi piacerebbe, un giorno, diventare come lui».

E riguardo alle donne che entrano in negozio? «Qui la clientela è ancora perlopiù maschile, ma quella femminile è divisa a metà: da un lato ci sono quelle che amano l'oggetto orologio e lo preferiscono al gioiello, dall'altra quelle che lo vedono come accessorio. Le prime hanno la stessa passione degli uomini, sono informate come loro e hanno le stesse esigenze: preferiscono gli automatici al quarzo, non vogliono pietre preziose ma orologi dalle dimensioni importanti, amano sentirne il peso al polso. Di solito sono



Determinata
Valeria Verga, titolare dell'orologeria omonima, a cavallo (foto Marco Scarpa)

donne indipendenti, in tutti i sensi, anche dal punto di vista economico. E il loro numero è in crescita». Anche nell'industria orologiera si stanno affermando alcune donne nei ruoli di potere, dal Ceo al progettista: «Sono persone che hanno avu-

to la capacità di dimostrare il proprio valore. E saranno sempre sotto la lente, sotto esame. Però, quando le donne riescono a imporre le proprie scelte, sanno dare un'impronta personale e fare davvero la differenza».

© RIPRODUZIONE RISERVATA