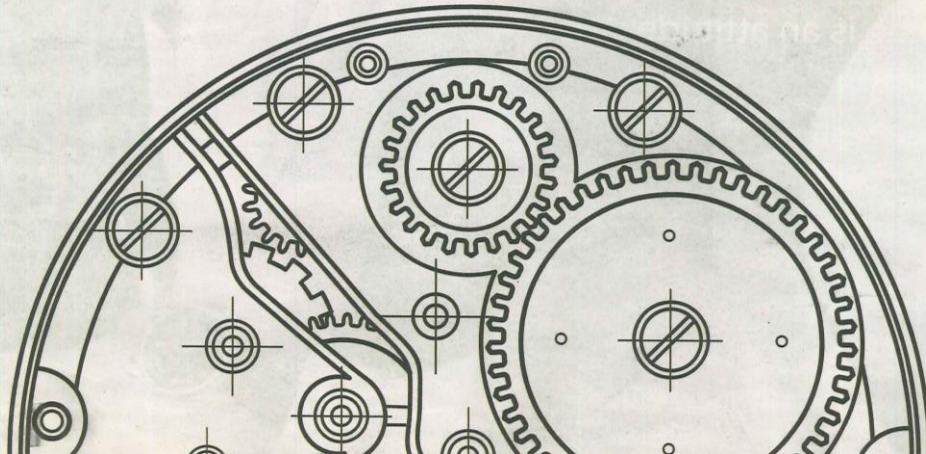


SPECIALE OROLOGI



LUIGI VERGA OROLOGI

Il segnatempo va visto toccato e indossato

Valeria Verga sostiene con forza la figura del rivenditore professionale e qualificato

■ Alla fine di questo 2021 è interessante, confrontandosi con i titolari di punti vendita «haut-de-gamme» di prestigio, comprendere lo stato dell'arte e verificare se la ripresa dopo l'annus horribilis 2021 è in corso. Un voce autorevole in capitolo è, senz'altro, quella di Valeria Verga, nipote del fondatore Luigi Verga, direttrice di Luigi Verga Orologi, multibrand sito a Milano, in Corso Vercelli, al civico 19. La «bottega del tempo» aperta da Luigi Verga nel 1947, infatti, oggi si è trasformata in un «gruppo» composto da quattro porte (via Mazzini, via Cappellari, Corso Vercelli e via Capelli). Valeria è entrata in azienda nel 2003 e si trova a gestire un portafoglio marchi quali Rolex, IWC, Panerai, Montblanc, Baume & Mercier, TAG Heuer, Tudor e Dietrich. Relativamente all'attualità commerciale, sottolinea: «Il 2020 e il 2021 sono stati anni particolarmente complicati e anomali rispetto al passato. Il nostro punto vendita ha comunque beneficiato del fatto che abbiamo una clientela prevalentemente locale e fidelizzata che continua a seguirci e che spesso ha il piacere di presentarci nuovi potenziali clienti. Non abbiamo quindi risentito della mancanza del cliente/turista che da noi entra di rado. Ci sono state, però, difficoltà riguardo la disponibilità della merce, un po' in tutti i settori, che sappiamo essere una logica conseguenza dei periodi di chiusura delle manifatture in Svizzera. Confidiamo in un veloce ritorno alla normalità, al fine di poter soddisfare al meglio le esigenze dei nostri clienti».

Nel periodo trascorso, peraltro, l'e-commerce è sembrato essere una soluzione positiva e funzionale nelle fasi più critiche di chiusura, ma anche successivamente. Su questo argomento, Valeria è perentoria: «L'e-commerce non rientra nei nostri progetti futuri, o almeno, non per il momento. Sono sempre più convinta che un orologio, soprattutto se di fascia alta e con meccaniche di pregio, vada visto, toccato, indossato, per poterlo apprezzare in tutti i suoi dettagli. Dalle finiture, al comfort al polso, ai colori dei quadranti che assumono sempre sfumature diverse a seconda dell'illuminazione del momento. Le foto prodotte di un e-commerce, per quanto belle e in alta risoluzione unite alle informazioni tecniche riportate, spesso anche esaustive, non potranno mai competere con l'approccio diretto all'orologio, soprattutto quando illustrato da un rivenditore professionale e qualificato». E, in modo coerente, Valeria ha manifestato la sua soddisfazione per il ritorno agli incontri diretti con il pubblico: «Recentemente abbiamo organizzato, dopo quasi due anni, un evento in collaborazione con TUDOR. Devo dire che poter interagire in questi incontri «one-to-one» con i nostri clienti, è stato veramente un grande piacere. Purtroppo nel rispetto delle attuali normative anti-Covid, abbiamo dovuto limitare di molto le partecipazioni che avremmo voluto estendere ad un pubblico più ampio». E noi siamo certi che, il prossimo anno, si potrà coinvolgere un numero sempre crescente di appassionati.



SICURA
Valeria Verga, direttrice, dal 2003, del punto vendita Luigi Verga Orologi, sito a Milano, in Corso Vercelli 19. Fronte esterno del negozio dal quale si può intuire, attraverso le ampie vetrate, l'eleganza e la funzionalità degli interni

