

la CLESSIDRA dal 1945

4-5
settembre 2019

LA PIÙ ANTICA RIVISTA ITALIANA DI OROLOGI



**GUCCI
GRIP**
IL NUOVO
TEMPO
GENDERLESS

FOCUS ON

**FESTINA GROUP
ACQUISISCE KRONABY
ENTRA NEL MONDO IBRIDI**

HAUTE HORLOGERIE

**ULYSSE NARDINE
MARINE MEGA YACHT
AL TIMONE DEL LUSO**

HIGHLIGHT

**HUBLLOT, OMEGA, ROLEX
I SEGNA TEMPO
DEL GOLF**



OSPITE d'ONORE

Intervista a
Valeria Verga
Luigi Verga Orologi, Milano

di
STEFANO
CARAZZALI

La Clessidra 1945: *Copertine di riviste e mercato degli orologi sono solitamente "al maschile". È difficile o complicato per una donna vivere questo mercato?*

Valeria Verga: Sono nata in mezzo agli orologi e di conseguenza non faccio fatica a stare in un ambiente maschile. Inizialmente è stato complicato perché non venivo interpretata come la persona alla quale rivolgersi come specialista per descrivere un orologio, forse anche per la giovane età che avevo quando ho iniziato. Poi tutto è stato più semplice, probabilmente anche per il mio carattere estroso, che aiuta molto. Bisogna anche considerare che al giorno d'oggi molte donne hanno cambiato tendenza e apprezzano l'orologio per quello che è l'oggetto e non più tanto come gioiello, quindi sono molto interessate alla meccanica, magari al movimento a vista per fare un esempio, ed oltretutto ci sono donne che oggi acquistano per se stesse, e difficilmente si orientano su un orologio al quarzo. Segni, questi, che la parte tecnica sta interessando sempre più anche il mondo femminile.

L.C.: *Il mercato degli orologi in Italia è in crisi? Il turismo quanto incide?*

V.V.: La zona dove è posizionato il mio negozio (*corso Vercelli 19, ndr*) è prettamente residenziale, quindi poco turistica, frequentata per la maggior parte da persone che abitano nell'hinterland e che spostandosi verso il centro di Milano passano anche dalla nostra boutique. Crisi? C'è e non c'è, nel senso che chi può permettersi certi oggetti, continua ad acquistare, quindi la fascia alta non risente di crisi, mentre soffre un po' la fascia media di prezzo. Aggiungiamo poi la problematica di un po' di penuria di merce in arrivo dalle maison, di conseguenza la



richiesta "sembra" alta. Probabilmente la realtà è un po' una via di mezzo fra le due situazioni: un po' di crisi e una scarsità di orologi disponibili tale per cui le richieste sembrano maggiori del normale.

L.C.: *Alcuni Paesi, per esempio dell'Estremo Oriente, sono mercati fortissimi. Singapore, Cina, India... Il brand Luigi Verga Orologi andrà mai all'estero?*

V.V.: Non penso, siamo localizzati a Milano e siamo una famiglia ed un gruppo con le proprie particolarità e caratteristiche che cerca di lavorare in modo simbiotico, con l'obiettivo di affermare il proprio nome sulla città. Non vedo, quindi, il nostro brand all'estero: siamo un nome storico, con una cultura e valori riconosciuti dalle persone e questo è quello che vogliamo mantenere e consolidare.

L.C.: *Fa il lavoro più bello del mondo?*

V.V.: Bella domanda! Dipende dai punti di vista! Faccio certamente un bel lavoro e mi reputo fortunata, anche perché ho una "storia" alle spalle e ho avuto persone che hanno saputo insegnarmi cos'è il mondo dell'orologeria. Inoltre, frequentando manifatture e persone specializzate, ho imparato moltissime cose; non so se sia il più bello in assoluto, ma certamente è un bel lavoro, realizzato in un bel contesto, che restituisce grandi soddisfazioni, anche per il fatto di avere a che fare quotidianamente con il pubblico, dove ogni persona ha le proprie peculiarità diverse una dall'altra.