



portrait / l'intervista di copertina

'MAISON-BOUTIQUE VESCHETTI È LA MAGIA DELL'ALTA GIOIELLERIA'

In una meravigliosa dimora cinquecentesca nel cuore storico di Brescia, si aprono oggi le porte della nuova maison-boutique **Veschetti** e **Rolex**. Un luogo speciale dove lasciarsi cullare dalla magia di gioielli che rappresentano lo stile unico e inconfondibile Veschetti: attenzione, ricerca, perfezione ed eleganza "made in Italy". Una tradizione di famiglia che affonda radici lontane, dal 1949, quando Mario Veschetti aprì il suo primo negozio nel centro città che, grazie al suo riconosciuto talento e serietà, è diventato un'attività e un brand di successo internazionale portato avanti dai figli

Marco e Laura con Chiara. *"Per noi l'italianità è un valore a cui dare risalto nel mondo"* ci racconta Marco *"un Paese dove la bellezza è senza tempo e la storia ci viene raccontata in ogni dove attraverso opere, architetture, tradizioni e colore. Emozioni che dobbiamo essere bravi ad esprimere attraverso le nostre creazioni, come forme d'arte"*. E i loro gioielli rappresentano il nostro bel Paese nel mondo dove, attraverso i loro racconti, ci hanno fatto viaggiare con episodi curiosi e interessanti, lontani dagli occhi di tutti i giorni, per conoscere meglio il loro magico mondo... pronti a "Veschettizzarvi"?

A CURA DI
PAOLA RIVETTA

IMMAGINI DI
ENRICO MONDELLO E BARBARA MANASSI



Una boutique gioiello di livello internazionale, Veschetti e Rolex. Perché a Brescia?

Laura. Indubbiamente la prima motivazione che ci porta a puntare su questa città è la gratitudine; Brescia ci ha dato la possibilità di crescere, le famiglie bresciane che ci seguono da sempre hanno permesso che la nostra realtà diventasse quella di oggi. Per quanto la nostra presenza a livello internazionale sia consolidata, non dimentichiamo mai da dove siamo partiti e quanti ci hanno permesso di raggiungere questi risultati.

Marco. Nella nostra città vantiamo una tradizione iniziata con nostro padre Mario nel 1949; oltre settant'anni nei quali abbiamo dato prova di affidabilità, fiducia e serietà che è stata ripagata da quanti hanno creduto in noi. Il nostro atteggiamento naturalmente è cambiato nel tempo, abbiamo sviluppato una mentalità più aperta e cosmopolita anche nella proposta dei nostri prodotti. Quando ti confronti su un mercato internazionale e non sei brand devi avvicinarti con un prodotto eccezionale e una coerenza di proposta che sia effettivamente fuori da qualsiasi tipo di compromesso, che abbia un focus chiaro. Tu rappresenti ciò che proponi e vieni letto per quello che vali, una bella sfida!

Il mondo Veschetti dove trae ispirazione?

Chiara. Ciò che ispira maggiormente la nostra creatività è la tradizione italiana, non le culture che abbiamo incontrato nel mondo. Veschetti rappresenta innanzitutto uno stile che è inconfondibile;

attenzione, ricerca, perfezione ed eleganza "made in Italy".

Marco. Per noi "l'italianità" è un valore a cui dare risalto nel mondo. Un Paese magico che è stato d'ispirazione per le più grandi menti del passato, dove la bellezza è senza tempo e la storia ci viene raccontata in ogni dove attraverso opere, architetture, tradizioni e colore. Emozioni che dobbiamo essere bravi ad esprimere attraverso le nostre

“Veschetti rappresenta innanzitutto uno stile che è inconfondibile; attenzione, ricerca, perfezione ed eleganza made in Italy”

creazioni, come forme d'arte.

Ritengo che l'arte orafa sia arte a tutti gli effetti di cui essere custodi per tradurre le nostre idee in gioielli che rappresentino il nostro "mood", il modo in cui vediamo e proponiamo la nostra unicità.

Cosa raccontano i vostri gioielli?

Chiara. Sicuramente l'idea di un gioiello italiano, quindi prezioso e ricco di colori che possa dare alla donna che lo indossa un carattere



di unicità. Sono tutti oggetti molto particolari che hanno un'impronta speciale, ricercata ed elegante. Direi che sono molto italiani, lo si percepisce immediatamente per il loro carattere forte ed unico, mai banale.

Laura. Lavoriamo molto anche sulla ricerca delle pietre. Amiamo combinare pietre preziose e semi preziose che danno vita a gioielli policromi, che rispecchiano in qualche modo il calore dell'Italia, dei suoi colori e profumi. Il sole, la frutta, i colori del nostro cibo, le architetture e tutto ciò che rappresenta l'immagine italiana nel mondo che, anche nelle fiere internazionali, viene immediatamente riconosciuta.

Marco. Naturalmente traduciamo quest'esperienza internazionale anche nella nostra città dove, sempre di più, i clienti affezionati ed i nuovi, possono apprezzare le nostre proposte di prodotti che non vogliono seguire le mode, bensì rappresentare i tratti distintivi e unici di ognuno.

I clienti oggi sanno apprezzare la manifattura di un gioiello, il fatto che venga da un'idea speciale, da un disegno realizzato dalle mani dei nostri maestri artigiani. Non si tratta di un oggetto industriale realizzato in serie per milioni di persone, dunque parliamo di un aspetto importante, l'esclusività di ciascun pezzo.



Questo è un percorso più difficile da seguire - noi siamo anche rivenditori ed è appagante, per carità - ma creare e produrre è una scelta impegnativa che comporta molti errori, studio e un'attenta ricerca di ciò che è già stato fatto.

Chi è la mente creativa dei preziosi Veschetti?

Marco. Ogni aspetto della nostra attività viene condiviso tra noi... io conosco di più il lavoro sotto l'aspetto tecnico; le idee creative, il reperimento delle pietre sui mercati internazionali e così via, ma il prodotto viene sempre sviluppato e valutato insieme. Laura e Chiara seguono prevalentemente l'ambito commerciale.

Laura. Facciamo molto brainstorming!

Quando Chiara e io abbiamo qualche idea la proponiamo a Marco e lui ci dice se verrà bene, se è realizzabile oppure se la trova troppo costosa.

Sorride. Qualche volta abbiamo idee meravigliose ma irrealizzabili perché davvero troppo dispendiose! Viceversa in altri casi la difficoltà è di realizzare qualcosa di speciale pur con un budget modesto... è persino più difficile, ma chiaramente dobbiamo coniugare molteplici aspetti della nostra attività tra cui, non da ultimo, quello economico seppur meno poetico.

Vi rivolgete prevalentemente ad un pubblico italiano o internazionale?

Laura. Una buona fetta del nostro mercato è rappresentata dal mondo estero, però siamo molto radicati anche in Italia. A parte la nostra città naturalmente, abbiamo diversi clienti in Italia soprattutto nella zona di Roma e Firenze... aver aperto una boutique a Forte dei Marmi ci ha permesso di farci conoscere anche in queste zone. Forte dei Marmi ci ha inoltre permesso di aprirci verso mercati internazionali, soprattutto verso il mondo arabo per il quale Forte rappresenta una delle mete più frequentate e ambite.

Marco. Il negozio di Forte dei Marmi nasce proprio come "pit stop", usando termini automobilistici, per la clientela araba. Un modo per rivederci e tenere un filo continuo, un salotto per intrattenere relazioni con clienti anche attraverso eventi che si organizzano durante la stagione estiva. Detto questo non dimentichiamo Brescia e l'Italia che ci sta dando, e ci ha dato, grandi soddisfazioni anche in termini di gioielli con valenze importanti, un po' meno ordinari e più celebrativi. Specie negli ultimi tempi gli italiani stanno acquistando pezzi importanti che magari tempo fa non prendevano, ma oggi desiderano per sentirsi diversi, speciali e soprattutto non omologati.

Quali le tendenze nel mondo dei gioielli?

Chiara. C'è stato un periodo in cui ci rivolgevamo maggiormente ad una clientela internazionale, mentre oggi anche il cliente italiano di alto livello non desidera più, il brand seriale. Diciamo che è cambiata un po' la tendenza, specie negli ultimi anni abbiamo conquistato tantissimo anche nell'alta gioielleria ricercata dai nostri clienti storici, ma anche nuovi, bresciani e italiani. È cambiata la mentalità: noi abbiamo una Provincia estremamente facoltosa e preparata che ha imparato a viaggiare, ad affinarsi e che è più attenta anche nella scelta del gioiello. Una donna vuole essere ricercata, particolare e di conseguenza preferisce avere un prezioso che non veda indosso a tante altre.

Marco. Oggi seguiamo anche una categoria di clienti più giovani e in questo ci ha favorito Rolex, perché non dimentichiamo che l'unione dei nostri negozi ha portato una sinergia enorme. In particolare si tratta di clienti che viaggiano di più, conoscono il mondo, partecipano ad eventi importanti, serate e feste e, di conseguenza, ricercano l'oggetto di gusto. Le signore che prima preferivano brand noti per i loro abiti o le loro borsette, adesso sono alla ricerca di qualcosa di nuovo e diverso che appartenga solo a loro... e lo stesso vale per i gioielli. E noi rappresentiamo un po' questo.

Siete stati definiti "casa-boutique" per la vostra accoglienza squisita. Che esperienza vive un cliente che entra nel mondo Veschetti?

Laura. Noi ci auguriamo, ed è un aspetto sul quale abbiamo lavorato molto e su cui continuiamo ad investire, che le persone vivano momenti di piacere ed appagamento circondati dalla bellezza. I clienti non vengono da noi solo per acquistare un gioiello, ma per farsi coccolare e stare bene.

Marco. Ci dedichiamo a chi viene a trovarci a trecentosessanta gradi, con una consulenza assolutamente personalizzata. Dopo aver ascoltato le esigenze espresse dai clienti proponiamo loro varie alternative, mentre in altri casi sono loro a farci delle richieste specifiche; se un cliente ha un'idea, magari delle pietre da rimontare, ci dà un suo input e noi lo "veschettizziamo". Sorride.

Una location d'eccezione che ha restituito al centro di Brescia tutta la bellezza di un edificio storico di metà cinquecento...

Marco. Un lavoro durato quasi tre anni perché abbiamo unito quattro negozi con tutte le difficoltà evidentemente di una struttura vincolata. Un'operazione lunga e articolata che ha subito ulteriori rallentamenti a causa del Covid. Le Case del Gambero, su Corso Palestro, presentano sulle facciate degli affreschi eseguiti da Lattanzio Gambara e anche gli interni non possono essere toccati, muri e soffitti sono stati risanati e riportati all'antico splendore.



Abbiamo utilizzato tutti gli spazi possibili anche da dedicare al back office.

Laura. Siamo un gruppo abbastanza numeroso. Una buona parte del nostro lavoro viene fatta anche online e quindi cerchiamo di curare al meglio la comunicazione e tutto ciò che richiede il nuovo mondo digitale e i social. Abbiamo una fotografa interna all'azienda che si occupa di fare fotografie soltanto per noi, uno spazio per gli shooting quotidiani e due persone che seguono costantemente il digitale.

Chiara. Lavorando con gli Stati Uniti ci sono dei fusi orari per cui devi essere connesso quotidianamente e in modo rapido. Allo stesso tempo, nel mondo arabo, le principesse si svegliano all'ora più disparata e se decidono che desiderano un gioiello ti contattano, che siano le cinque del mattino o del pomeriggio! Pensa che abbiamo a disposizione dei nostri clienti anche degli occhiali con delle telecamere che permettono, a chi non è presente, di fare un'esperienza virtuale molto realistica. È incredibile! Ti permettono di vedere esattamente ciò che vede chi li indossa; posso guardare come sta un anello sulla mano, oppure se indosso una collana e mi specchio la cliente può vederlo in diretta, come se la stesse indossando lei stessa.

C'è qualche episodio particolare che potete raccontare?

Curioso...

Chiara. Tanti! Sorride. Esperienze curiose soprattutto in Medio Oriente dove spesso i clienti fanno parte di famiglie reali e le donne sono decisamente esigenti, abituate ad avere ciò che vogliono quando lo desiderano: se si svegliano a mezzanotte e decidono che vogliono vedere dei gioielli ti chiamano. Al contrario capita di fissare degli appuntamenti e dover attendere poi una settimana che abbiano voglia di incontrarti...

Sono situazioni a volte faticose, ma anche di grande privilegio e stimolo per continuare a crescere e investire.

Marco. Oggi l'Arabia Saudita si sta aprendo con il nuovo Principe, ma dieci o quindici anni fa, andare dai clienti, significava entrare a casa di clienti che avevano fuori dalla porta un carrarmato a proteggerle. Erano situazioni di grande tensione!

Laura. Ricordo un aneddoto bellissimo successo in Thailandia, eravamo a Bangkok per un'esposizione. Ci chiamarono per incontrare la figlia del Re che era un medico e decise di riceverci in ospedale. Quando arrivammo ci scortarono in una sala dove aspettavamo alcune ore il suo arrivo finché iniziarono ad entrare alte cariche militari, ufficiali pieni di medaglie e infine tutte le dame di compagnia della Principessa. Ad un certo punto si aprì la porta e tutti si sdraiarono immediatamente a terra, a pancia in giù, perché in questi Paesi il Re è considerato come un Dio.

Io ero con un amico e nessuno ci aveva avvisato, dunque dopo esserci guardati perplessi ci mettemmo a terra. Ci alzammo solo dopo aver ricevuto il permesso e comunicammo con la Principessa attraverso la sua ancella perché non ci era permesso rivolgerci direttamente a lei. Sono trascorsi quasi trent'anni da quel giorno e lo ricordo tutt'ora con grande emozione perché sembrava di essere in un film, o meglio in una fiaba.

Fateci sognare... qual è stato il gioiello più prezioso o speciale che avete creato?

Laura. Forse risponderci proprio quello scelto dalla Principessa di cui ti ho parlato. Era talmente magra e piccina che chiese di trasformare un nostro meraviglioso bracciale in un choker particolarissimo con diamanti e pietre preziose. Abbiamo creato questo gioiello appositamente per lei con delle pietre che potevano essere cambiate; dei cabochon inseriti in un girocollo di diamanti, intervallato da pietre colorate.

Un pezzo unico solo per lei.

Marco. Aggiungo che un ramo del nostro lavoro è legato ai gioielli d'epoca, una passione di famiglia che abbiamo coltivato nel tempo. Mi è capitato di vendere un oggetto davvero molto importante e meraviglioso appartenuto a Liz Taylor con tanto di fotografia... sorride, naturalmente non posso svelare nessun altro particolare.



Mi avete incuriosito...altri episodi particolari?

Chiara. Vogliamo ricordare quando Laura ha bloccato un aereo? Ride. - Un aereo? Ripeto stupita - Devi sapere che il più grande gioielliere per diamanti al mondo è britannico e si chiama Laurence Graff, è uno dei cinque o sei top players, il principale fornitore del Sultano del Brunei. Il mondo riconosce chi sia Graff, ma alla dogana araba non interessava nulla chi fosse e, durante un trasferimento aereo, gli credè dei problemi incredibili aprendogli tutti i trolley dei gioielli. Il tempo passava e loro stavano perdendo l'aereo con tutti i problemi logistici che ne discendono a partire dalle assicurazioni... Quindi Laura pensò bene di mettersi tra il portellone e la scala di accesso per impedire all'aereo di partire. Venne persino il comandante e lei spiegava a tutti che dovevamo aspettare i nostri colleghi, finché finalmente non li vide arrivare. Tutt'ora Graff, ad ogni fiera che facciamo, ci manda dei fiori all'apertura.

Qualche ricordo speciale di vostro padre?

Laura. Sono moltissimi i ricordi. Papà era una persona davvero straordinaria che ha creato tutto da solo, iniziando come orologiaio e poi come orafo in un negozietto in via Crispi e solo più avanti in corso Magenta.

Girava i paesi della provincia di Brescia in bicicletta; ogni domenica andava a prendere gli orologi da riparare e quella successiva li riportava ai clienti.

Marco. Nostro padre ci ha insegnato il valore dell'umiltà. Pensare di non essere mai arrivati, ma continuare il nostro percorso per migliorarci, affrontando il nostro lavoro con onestà e grande serietà.



Laura. Papà era amato davvero da tutti... aveva avuto per un lungo periodo l'incarico di riparare i campanili, per cui conosceva tutto il Prelato. Per lui erano tutti uguali, importanti allo stesso modo, dal dirigente della Fiat all'operaio. Il rispetto è stato alla base del suo lavoro e della sua vita e per questo motivo è sempre stato apprezzato. Questi insegnamenti sono arrivati sino a noi ed è stata una grande fortuna aver avuto dei genitori così...

Vostro padre vi ha tramesso la grande passione per i gioielli. Avete mai pensato di fare altro?

Laura. Marco ha iniziato subito, appena terminato il liceo. Io invece ero partita con tutt'altra idea perché volevo fare la veterinaria in Africa, un sogno impegnativo diciamo, ma sono stata riportata al mondo reale ben presto. La grande intelligenza di mio padre è stata di lasciarci andare, liberi di provare e magari sbagliare, ma restando un pò in disparte, seppur sempre presente come riferimento. Questa è stata una grande dote che generalmente è molto rara.

Marco. Ancora oggi capita che i padri si aspettino che i figli proseguano le loro attività o prendano in mano le loro aziende, trascurando il fatto che non necessariamente i figli abbiano le stesse vocazioni dei genitori. Tra le altre cose una volta era più semplice far crescere un'attività, ma mantenere è molto più difficile ed è necessario avere passione e abnegazione per il proprio lavoro. Non sempre i sacrifici vengono ripagati, alla lunga credo di sì, ma non è così automatico perché i problemi sono all'ordine del giorno.

In tal senso noi possiamo ritenerci fortunati perché vendiamo bellezza a persone contente e questo è fondamentale; non è che si compra un anello o un orologio se si è arrabbiati... o è morto il gatto. Scherza. Quando acquisti un gioiello è spesso per una ricorrenza, un gesto d'affetto o d'amore verso qualcuno o anche per se stessi. Si tratta sempre e comunque di un piacere, quindi lavoriamo con persone tendenzialmente felici, serene.

A proposito di emozioni la nuova maison-boutique saprà regalarne molte...

Chiara. Devo ammettere che anche per noi è stata una grande emozione poter donare alla città di Brescia uno spazio come questo che,

non per essere presuntuosi, ma è veramente elegante e saprà dare lustro alla società bresciana. Come tutti i cambiamenti, una volta terminati i lavori, ci siamo resi conto di quanta energia positiva e propositiva abbiamo sentito anche da parte della gente. Persone che prima non sarebbero mai entrate, oggi si sentono attratte da tanta bellezza e ci riconoscono il merito di aver donato qualcosa di molto bello alla nostra città.

Marco. È stato veramente importante ricevere testimonianze d'affetto da parte di clienti e amici all'apertura del negozio. Inoltre siamo orgogliosi di aver ricevuto il "Best Jeweller Awards" con tre diamanti un riconoscimento prestigioso che Class Editori conferisce ai protagonisti della gioielleria e dell'orologeria di alta qualità. Traguardi che sono raggiungibili con l'impegno, la serietà e la qualità che da sempre contraddistinguono il nome Veschetti.

Veschetti Gioielli

Corso Palestro, 10/a, 25121 Brescia - T. 030 42109

www.veschetti.it

