

Strategie

# Veschetti, una nuova boutique e spinta all'internazionalizzazione

Il gioielliere bresciano ha inaugurato uno spazio di 500 metri quadri in uno storico palazzo del centro e punta a Middle East e Usa con la collezione a marchio: «Rappresenta oltre il 50% del business», dicono Marco e Laura Veschetti

**D**opo una complessa opera di re-styling, che ha riunito la sede storica dell'azienda con l'unico concessionario Rolex per Brescia e provincia, lo scorso settembre Veschetti ha inaugurato la nuova gioielleria in corso Palestro, in un palazzo del '500. «Pensiamo di avere fatto un'operazione commerciale ma anche culturale, riportando questo edificio al suo splendore e restituendo un regalo alla nostra città, perché è a Brescia che dobbiamo quello che siamo ora», dicono i fratelli Marco e Laura Veschetti, alla guida del business di famiglia: insieme alla moglie di Marco, Chiara, continuano la tradizione iniziata dal padre, che in via Crispi fondò la prima bottega di orologeria e oreficeria. Da allora Veschetti è passato dalla provincia al mondo, come dimostra la partecipazione al recente **Jewellery and watch show** di Abu Dhabi con la propria collezione di alta gioielleria. **La boutique è un regalo per la città, ma anche un investimento importante...**

**Marco Veschetti.** L'operazione immobiliare e di ristrutturazione, complici i



A sinistra, Laura e Marco Veschetti e la moglie Chiara e a destra la boutique Veschetti nel centro di Brescia, situata in un palazzo del '500

fermi dovuti alla pandemia ed ai vincoli artistici, è durata più del previsto ma ha permesso di valorizzare la sinergia tra i marchi: 550 metri quadrati di lusso e comfort in cui gioielli e orologi si fondono in uno spazio elegante. Crediamo, e i fatti lo dimostrano, di essere per molti un punto di riferimento importante per i propri investimenti e per gli acquisti nel mondo del lusso e dell'alta orologeria.

**Oltre all'orologeria, che importanza ha la gioielleria nella vo-**



**stra offerta commerciale?**

**M.V.** Nel nostro imprinting c'è il creare gioielli. E creare non significa solo disegnare, essere creativi, ma metterci le mani, costruire, seguire la produzione, il taglio delle pietre, il finissaggio del gioiello, insomma, seguire il lavoro a 360 gradi, dall'idea al prodotto finito. La nostra città natale, che a partire da nostro padre ha creduto in noi e nel nostro lavoro fatto di serietà, onestà e coerenza, ci ha aiutato a crescere e a consolidare una realtà imprenditoriale ora ri-

conosciuta e affermata e ci ha permesso di creare e sviluppare il marchio di alta gioielleria Veschetti The collection, riconosciuto nel mondo.

**Che peso ha questa produzione sartoriale nel vostro business?**

**Laura Veschetti.** Il marchio Veschetti The collection oggi rappresenta oltre il 50% del business delle due società di famiglia e non ha nulla a che fare con le produzioni seriali. È una linea sartoriale, che parte dall'ideazione e prende corpo tra le mani dei nostri maestri orafi, come accadeva nelle vecchie botteghe artigiane.

**Su quali mercati portate le vostre collezioni?**

**L.V.** Da molti anni i nostri mercati, oltre a quello italiano, sono il Qatar, l'Arabia Saudita, gli Emirati Arabi Uniti e stiamo implementando il mercato americano, in particolare Florida e Texas. Poco fa parlavo di una produzione simile a quelle delle botteghe artigianali di un tempo: l'enorme differenza rispetto all'epoca è data dalla tecnologia, che oggi ci permette di arrivare ben più lontano, in prestigiose fiere internazionali. (riproduzione riservata)

## News

### A. Lange & Söhne, la scuola di formazione compie 25 anni

A. Lange & Söhne ha da poco festeggiato i 25 anni della propria scuola orologiera. Il 25 agosto 1997 la manifattura avviò il suo primo anno di apprendistato, inizialmente con due apprendisti. Negli ultimi 25 anni, la scuola è cresciuta fino a diventare un centro di formazione e sviluppo professionale che attrae giovani talenti da tutto il mondo. Nel corso del programma triennale di formazione, gli apprendisti imparano a produrre i singoli pezzi e a conoscere le fasi di lavoro necessarie per creare un orologio A. Lange & Söhne. Inoltre, i tirocinanti sono introdotti ai segreti dei grandi orologi e alle tecniche di rifinitura e di decorazione. Nel programma sono incluse esercitazioni pratiche sui calibri Lange.



### Breil e Abarth si alleano per dar vita a un nuovo cronografo

Breil ha presentato un nuovo orologio realizzato a quattro mani con Abarth. Si tratta del cronografo Abarth 695 Tributo 131 rally, che rende omaggio all'auto in occasione dei 40 anni dalla sua ultima gara. L'inizio della collaborazione tra le due aziende risale al 2014 e celebra l'incontro di due realtà che hanno in comune la passione per il design, la performance e la cura del dettaglio. Sul



quadrante in fibra di carbonio sono disposti gli indici dorati e le lancette di ore e minuti semi-scheletrate. La lunetta nera riprende le forme dei cerchi neri in lega dell'auto. A ore 12, il logo Breil è affiancato da quello Abarth e sul fondello è incisa la silhouette della 131 Rally storica.

### Jean-Claude Biver introduce il proprio marchio di watches

Dopo una vita passata nelle posizioni di vertice dei più grandi gruppi orologieri, da Swatch group alla divisione Watches & jewelry del colosso francese Lvmh, Jean-Claude Biver lancia ora il proprio marchio orologiero JC Biver. La notizia girava da tempo nell'ambiente ed è stata appena ufficializzata dallo stesso manager in un'intervista pubblicata dal quotidiano svizzero *La Liberté*. Biver ha creato il marchio insieme al figlio 22enne Pierre e intende posizionarlo nel segmento dell'altissimo di gamma, con un range di prezzo che andrà da 70mila franchi a 1 milione. La produzione iniziale dovrebbe essere limitata a poche decine di pezzi nel primo anno e Biver non prevede alcuna pubblicità a supporto.



### Vacheron Constantin amplia la gamma degli orologi Égérie

Tradizionalmente uno dei marchi con maggiore attenzione verso gli orologi femminili, Vacheron Constantin presenta un'estensione di gamma della collezione Égérie. Lanciata a inizio 2020 e caratterizzata dal quadrante delle fasi lunari decentrato a ore 2, si arricchisce di tre referenze in oro rosa: una con pavé di diamanti su quadrante e bracciale, una con il solo quadrante full pavé, una con diamanti sulla lunetta. Le lune sono nascoste dietro a nuvole di madreperla, che oscurano parte del satellite mentre ruota, rivelando la fase lunare attuale. Le tre referenze arrivano sul mercato pochi giorni dopo la presentazione di Égérie creative edition, pezzo di alta orologeria ispirato ai merletti di Burano.



### Aste, boom delle etichette indipendenti da Antiquorum

La più recente asta Important modern & Vintage timepieces, tenuta da Antiquorum a novembre a Ginevra, ha fatto segnare nuovi record per la casa svizzera. Nei due giorni di vendite all'Hotel Beau rivage, oltre alle decine di persone in sala si sono registrati oltre 1.000 offerenti online, da Europa, Medio Oriente, Nord e Sud America, Hong Kong e Singapore. Antiquorum ha raccolto 480 lotti, dalla cui vendita sono stati realizzati oltre 8 milioni di franchi. Tra i top lot, uno dei primi prototipi di orologi Urwerk, che da una base d'asta tra i 25mila e i 45mila franchi è stato venduto per 100mila. Un risultato che testimonia il crescente interesse per i marchi indipendenti nel mercato delle aste.



### Da Eberhard & Co. un nuovo tributo a Tazio Nuvolari

Il 2022 è importante per gli appassionati di motori, perché coincide con i 130 anni dalla nascita di Tazio Nuvolari. Nel 1992 Eberhard & Co. gli dedicò una collezione che si è arricchita di diversi modelli. Ora il brand ha creato un nuovo cronografo con elementi classici della linea e alcuni dettagli innovativi come l'opzione più sportiva dei contatori bianchi, accanto alla versione nera. La scala tachimetrica sul rehaut contiene un dettaglio in giallo, il colore del maglione portafortuna che Nuvolari indossava in gara. Il giallo è ripreso anche sulla punta della lancetta dei secondi del crono. Resta il richiamo motoristico della lavorazione «a rosette» su lunetta e fondo cassa. (riproduzione riservata)



# VESCHETTI

Dal 1949 alta  
gioielleria in  
Italia e nel mondo

