

Il piacere della scelta

DI FRANCESCO PATTI

LUIGI VERGA OROLOGI, A MILANO


Dal 1997 in Corso Vercelli a Milano, la gioielleria Verga rappresenta una realtà in controtendenza rispetto alla maggior parte dei rivenditori del capoluogo lombardo. E la scelta di Luigi Verga si è rivelata vincente. La zona, infatti, è ricca di gioiellerie, ma fino al 1997 non esisteva un negozio che vendesse orologi di alto livello. In anni in cui la crisi era ancora lontana, la sua idea fu quella di aprire un punto vendita in uno dei principali poli dello shopping milanese, ma che resta tuttora fuori dalle rotte dei turisti. Da subito la clientela italiana si è dimostrata ricettiva e fedele e, a distanza di oltre 20 anni, il negozio è diventato un punto di riferimento per tutta la città. Alla guida della boutique siede Valeria Verga, figlia di Valerio. “Questo negozio è stato inaugurato nel 2015, quando lo spazio che occupavamo dal 1997, a pochi metri da qui, era diventato troppo piccolo, e lo considero un po’ il mio bambino” racconta. “La disposizione delle postazioni consente di mantenere la privacy dei clienti, ma allo stesso tempo chi entra in un negozio a due luci come il nostro non ha un’impressione dispersiva e impersonale”. Negli ultimi 20 anni il mercato dell’orologeria ha vissuto una vera altalena: dai fasti degli anni



’90, alla crisi che qualcuno considera ancora in agguato. Ma come si sono evolute le cose dal vostro punto di vista? “Noi lavoriamo prevalentemente con una clientela italiana e negli ultimi anni il mercato è decisamente cambiato. Ora si punta più sul sicuro con prodotti classici di grandi marchi, per avere la garanzia che il valore dell’acquisto resti invariato nel tempo”. L’offerta del negozio comprende Rolex, IWC, Panerai, TAG Heuer, Montblanc, Baume & Mercier, Tudor e Dietrich, oltre agli accessori Infini-

te Watch Winder e ai gioielli Pomellato. “Il nostro rapporto con i brand è sempre più che costruttivo, ma ci sono alcune novità. Molti marchi di alto livello hanno aperto un canale e-commerce, ma dal nostro punto di vista non è un fenomeno preoccupante, poiché l’orologio è un oggetto che va provato e visto di persona e i clienti italiani sono generalmente attenti e competenti”. Inoltre il rapporto diretto con il venditore dà fiducia all’acquirente e consente di gestire in modo più rapido i servizi post vendita. “Al piano superiore abbiamo un laboratorio autorizzato Rolex in grado di eseguire tutti gli interventi, dalla revisione alle riparazioni. Per tutti gli altri marchi possiamo svolgere, al momento, solo il co-

In Corso Vercelli, una bella vetrina sull’Alta Orologeria

siddetto quick service (cambio pila, cambio cinturino, adattamento bracciale), ma in futuro formeremo i nostri tecnici per intervenire anche sugli aspetti meccanici”. C’è anche la possibilità di far valutare il proprio orologio per una permuta oppure acquistare modelli di secondo polso, garantiti e revisionati. Qual è, secondo voi, il futuro delle fiere? “Penso che l’unificazione delle date tra Sihh e Fiera di Basilea annunciata per il 2020 sarà positiva per tutto il settore e probabilmente le presenze che negli ultimi anni erano in costante calo torneranno a salire”. 



L’esterno della boutique Luigi Verga Orologi, al civico 19 di Corso Vercelli, a Milano (sito internet: www.vergaorologi.it). IN ALTO: Valeria Verga, titolare del negozio. (Foto di Giacomo Mario Perotti).