

di Fabrizio Rinersi

FASCINO PHILIP WATCH

Appeal cosmopolita



Ancora per qualche mese Philip Watch vivrà intensamente l'anno del suo 160° anniversario. Da quando, cioè, François Philippe, imprenditore della comunità svizzera di Napoli, avviò un'attività che prevedeva il disegno degli orologi in Italia e la loro realizzazione nel Giura svizzero. Come da sempre sostiene con forza e passione Massimo Carraro (*in alto*), Presidente del Gruppo Morellato, titolare del brand, "l'Italian Design fa parte del nostro DNA, e lo manifestiamo costantemente, consci della nostra superiorità su questo terreno. Il tutto contribuisce all'unicità della marca, perché lo Swiss Made a sé stante, spesso, non garantisce il dovuto appeal al prodotto". E già, perché Philip Watch, prima di tutto, punta sull'appeal, cercando di vestire di fascino il prodotto, per poi completarlo con quel savoir faire che la tradizione svizzera è in grado di assicurare in modo ineccepibile. D'altronde, l'abbinamento di due asset

vincenti, non può che portare ad un risultato finale altrettanto vincente, soprattutto se curato e comunicato con coerenza e trasparenza: Philip Watch non si è mai lasciata incantare dalle sirene del posizionamento medio-alto, mantenendo sempre la priorità del prezzo accessibile, del cosiddetto "value for price". Un messaggio, questo, che Massimo Carraro ha veicolato e continua a trasmettere nei suoi continui "incontri" con i mercati internazionali, in cui il brand è presente, al fine d'investire di un'aura cosmopolita l'orologio Philip Watch. In tal senso, va inquadrata la decisione di chiamare Cape Town la collezione protagonista degli ultimi mesi di un anno importantissimo per la marca, una città relativamente giovane, essendo stata fondata alla fine del XVII secolo dalla Compagnia Olandese delle Indie Orientali, punto di scalo e rifornimento per le sue imbarcazioni dirette verso l'Asia. Di fatto si è trattato del primo insediamento europeo in Sudafrica, su di un territorio che, oltre a garantire

Philip Watch è un brand dalla forte proiezione internazionale, ma dall'anima al 100% italiana, frutto di un lavoro creativo fedele ai canoni del gusto e dell'eleganza



un fondamentale presidio commerciale, dispone di straordinarie bellezze naturali, a partire dai giardini botanici di Adderley fino ad arrivare al Tafelberg (Table Mountain), che con la sua sommità pianeggiante sovrasta il centro cittadino, alla cima del Devil's Peak, o ancora, al molo del Victoria & Alfred Waterfront con il suo celebre museo marittimo e ai rinomati vigneti di Constantia. Insomma, la capitale legislativa del Sudafrica è sempre di più un luogo di riferimento per i business globetrotter, e non solo, ed un interessante caleidoscopio d'influenze culturali, con un ruolo centrale sulla strada della piena integrazione razziale. Diversi e profondi sono, dunque, i significati di una collezione declinata sia al femminile che al maschile, perché, come ritiene Carraro, "non è vero che lo Swiss Made è un patrimonio riservato solo all'orologio per uomo". In tale direzione, mentre i Cape Town per "lui" sono sviluppati su cronografi in acciaio, al quarzo, da 44 mm con Gran Data a doppia finestrella (*in alto*

a destra) per un aspetto aggressivo, le versioni muliebri, sempre in acciaio da 32 mm, seguono un imprinting tradizionale, con una grafica pulita, che sfocia nella grazia e delicatezza del quadrante in madreperla, percorso da indici in diamanti (*sopra al centro*), e nella variante con quadrante bianco su cassa in acciaio con dettagli PVD Rose Gold (*a sinistra*). In comune, troviamo le spallette di protezione della corona, il bracciale a maglie sfaccettate disegnato appositamente per la collezione e l'impermeabilità, testata fino a 10 atmosfere. Oltre alle versioni indicate, ossia cronografo con gran data e solotempo con data, la linea, equipaggiata con movimenti al quarzo Swiss Made, prevede anche il solotempo day-date. Conclude Carraro: "Abbiamo alle spalle una storia lunga 160 anni, ma li abbiamo sempre vissuti nella contemporaneità e nel rispetto delle esigenze dei tempi. L'importante è essere veloci a rispondere alle richieste di cambiamento".