

5 domande a...

ROBERTO BECCARI

«Per Tag Heuer l'Italia è il mercato più importante insieme all'Inghilterra»

Augusto Capitanucci

Da tredici anni, Roberto Beccari guida la Lvmh Watch & Jewelry Italia e il marchio Tag Heuer in particolare. Ha una passione senza limiti per il mare, la vela e i motori, dalla Formula 1 alle auto d'epoca.

Quali sono i risultati di Tag Heuer nel 2011?

Nel primo semestre ha fatto registrare in Italia uno sviluppo delle vendite nette a due cifre, e guidato da un significativo incremento dei volumi. Un andamento confermato dal nostro panel di sell-out. Un quadro estremamente positivo se si considera lo scenario del mercato italiano e le sue. Certamente l'aumento dei flussi turistici in Italia ha contribuito a raggiungere questa performance, capitalizzando la grande autorevolezza e leadership che la marca esprime a livello internazionale.

Qual è la ricetta del vostro successo?

La capacità del nostro Ceo e del suo team di valorizzare coerentemente le radici della marca e il suo Dna, mantenendoli sempre tangibili e contemporanei. Una strategia vincente, impegnata ad aggiornare costantemente i codici di comunicazione e investire nell'innovazione: l'essenza di Tag Heuer dal 1860. L'ultimo esempio in ordine cronologico l'abbiamo avuto a Basilea 2011, dove è stato presentato il Mikrotimer Flying 1000, il primo cronografo al mondo in grado di misurare e visualizzare il 1/1000 di secondo, una vera pietra miliare.

L'Italia è storicamente una roccaforte Tag insieme all'Inghilterra. Come lo spiega?

Uno dei ruoli chiave di ogni filiale è quello di realizzare il massimo potenziale esprimibile di una marca seguendo la visione e le strategie guida internazionali, ottimizzandole rispetto alle peculiarità locali. Il mercato italiano è uno tra i più sofisticati ed esigenti dell'orologeria ed è proprio

**Al vertice.** Roberto Beccari

questa caratteristica che ci ha portato da subito a valorizzare ed enfatizzare i contenuti manifatturieri, la sua storia e il suo legame con il mondo delle corse automobilistiche attraverso le collezioni Monaco e Carrera.

Quali prodotti distingueranno il 2011?

Il 2011 è l'anno in cui Tag Heuer compie 150 anni di Mastering of Speed. Questa ricorrenza è celebrata con diversi prodotti tra i quali il Monaco V4 Rose Gold Ruthenium and Ceramic, il primo segnatempo alimentato da un sistema di cinghie, il Carrera Mikrograph Heuer 1/100 di secondo, il Monza Automatic Chronograph, un riedizione limitata numerata in 1911 esemplari, oggi alimentata da un cuore a 36.000 alternanze: il Calibro 36.

Come comunicherete al di fuori del settore?

Oltre a supportare le varie iniziative sviluppate e promosse internazionalmente e che ci vedono anche a fianco del team McLaren e Audi, in Italia saremo partner ufficiali di due importanti manifestazioni storiche, la Coppa d'Oro delle Dolomiti, che si svolgerà dal 1° al 4 settembre e Il Raid dell'Etna, dal 25 settembre al 1° ottobre. Due emozionanti eventi di auto d'epoca che vedono Tag Heuer unire due scenari locali così diversi ma uniti dalla comune passione dei motori e dalla misurazione del tempo.