

Design, community e visione globale: la formula vincente dell'orologeria secondo Venezianico

2025-05-30 11:03:36 di Andrea Salvadori

URL:<https://forbes.it/2025/05/30/design-community-visione-globale-formula-venezianico/>

Nato nel 2017 dalla passione dei **fratelli Alberto e Alessandro Morelli**, **Venezianico** è oggi un brand in forte crescita nel panorama dell'orologeria indipendente italiana. Tradizione artigianale e innovazione tecnologica caratterizzano la produzione dell'azienda, che si distingue per lavorazioni ispirate alle arti decorative veneziane. La recente apertura dell'Atelier a San Donà di Piave segna un passo strategico fondamentale: non un semplice punto vendita, ma uno spazio esperienziale che rafforza il legame con la community e valorizza l'identità del brand. Sul fronte economico, la crescita è costante: il fatturato è cresciuto del 49% nel 2024 raggiungendo gli 11 milioni di euro. Guardando al futuro, l'azienda punta a consolidare la propria presenza internazionale.

Tra carta, 3D e oro: l'arte segreta dietro ogni modello

“Tutto nasce nel nostro Atelier”, spiega il ceo Alberto Morelli (il fratello, Alessandro, è Coo). “Ogni modello comincia come un'idea tracciata su carta, dove definiamo l'identità, le proporzioni e le sensazioni che vogliamo trasmettere. I concept approvati vengono poi trasformati in modelli digitali: prima in 2D, poi in 3D. A quel punto passiamo alla stampa rapida, che ci consente di testare forma, volumi ed ergonomia direttamente al polso. Quando siamo convinti del risultato estetico, passiamo alla fase di ingegnerizzazione: qui iniziamo a lavorare sulle geometrie, sulla scelta dei materiali e sulla definizione di ogni dettaglio tecnico, fino a ottenere un equilibrio preciso tra forma, struttura e visione progettuale”. Tuttavia, il tratto che più rappresenta il brand è l'integrazione tra artigianato e tecnologia: “Non ci limitiamo a progettare ‘fuori catalogo’: andiamo a cercare lavorazioni spesso assenti nel mondo dell'orologeria, ispirandoci alle arti decorative veneziane. Per esempio, realizziamo quadranti burattati e rifiniti con oro 24 carati, un chiaro richiamo all'arte dei battiloro. In altri casi usiamo la tecnica dell'acquaforte, con incisioni inchiostrate che seguono gli stilemi del Rinascimento italiano. Il passo più importante di questo percorso è arrivato con la creazione del nostro primo calibro made in Italy, il V5000. Lo abbiamo sviluppato in collaborazione con Fausto Berizzi, responsabile tecnico di Oisa ed ex Vaucher Manufacture Fleurier: una figura con un bagaglio enorme, che ha creduto nella nostra visione e ci ha aiutato a trasformarla in realtà”.

Non solo orologi: l'Atelier di Venezianico come laboratorio di identità e crescita

Lo scorso anno, il brand ha inaugurato Venezianico Atelier nel centro storico di San Donà di Piave, all'interno del Palazzo Baradel. “L'apertura dell'atelier è stata una scelta naturale, quasi necessaria. È il nostro territorio, dove tutto è cominciato. Abbiamo voluto creare uno spazio che non fosse un semplice punto vendita, ma un luogo dove il cliente può vivere l'identità del brand, toccare con mano i materiali, scoprire i dettagli costruttivi, confrontarsi con chi lavora ogni giorno al progetto. L'Atelier è una vetrina del nostro modo di fare orologeria, ma anche un laboratorio di relazione con la community. Ci permette di testare nuovi modelli, raccogliere feedback reali e creare un dialogo diretto con chi ci sceglie. In questo senso, non lo consideriamo un monomarca classico, ma una vera estensione del nostro brand”. Per quanto riguarda il futuro? “Non escludiamo nuove aperture, ma in modo selettivo. Stiamo valutando alcune città italiane e capitali europee, sempre con un approccio sartoriale, coerente con la nostra dimensione indipendente”. Negli ultimi tre anni, la crescita di Venezianico è stata ininterrotta. “Nel 2024 abbiamo chiuso con 11 milioni di euro di fatturato, in aumento del 49%”, continua il ceo. “Questi risultati sono frutto di una strategia chiara:

diversificare l'offerta prodotto, rafforzare il canale diretto e presidiare meglio i mercati esteri. Per il 2025 l'obiettivo non è semplicemente crescere, ma rafforzare ciò che ci distingue. Continueremo a investire nel prodotto con collezioni che esprimano in modo ancora più diretto la nostra visione: materiali non convenzionali, lavorazioni ispirate all'artigianato veneziano e design sviluppati internamente, che oggi si completano con un movimento meccanico tutto nostro, realizzato in Italia. Sul piano distributivo, il focus sarà sulla qualità delle relazioni, non sulla quantità dei punti vendita. Vogliamo lavorare con partner che condividano il nostro modo di raccontare l'orologeria, valorizzando la componente culturale ed estetica che ci distingue. L'obiettivo è consolidarci come punto di riferimento nell'orologeria indipendente italiana, non per volumi o dimensioni, ma per la coerenza e la profondità del progetto”.

Dagli Usa al Giappone: la via internazionale dell'orologeria indipendente

I mercati esteri principali di Venezianico sono Italia, Stati Uniti e i più importanti paesi europei. “Negli ultimi anni stiamo registrando un'attenzione crescente in altre aree. Come nei paesi del Golfo, tanto che abbiamo realizzato diverse edizioni limitate ispirate alla cultura araba. Anche l'Estremo Oriente è in forte espansione, con Hong Kong, Singapore e Giappone in rapida crescita”. La strategia di internazionalizzazione dell'azienda è fortemente orientata al modello ‘direct to consumer’, “che permette di avere un dialogo diretto con chi sceglie i nostri orologi, senza mediazioni, e di costruire una relazione vera con la community”. Del resto, come avviene nell'ambito delle fiere internazionali, “non si tratta solo di business, ma di entrare in contatto con le persone”. Nel 2025 Venezianico parteciperà a oltre 20 eventi in tutto il mondo: “Dagli Stati Uniti al Medio Oriente, dall'Europa all'Asia”.