

FATTO CON *amore*

NOMOS GLASHÜTTE HA APERTO LE PORTE DELLA SUA MANIFATTURA
E DEL SUO DIPARTIMENTO CREATIVO A L'OROLOGIO,
SVELANDO LA SUA ANIMA E QUALCHE SORPRESA

di Francesco Patti - foto di Alessandro Neri



Berlinblau, l'ufficio creativo della Nomos Glashütte, a Berlino.



Il montaggio dello Swing System, lo scappamento interamente progettato e realizzato (molla del bilanciere compresa) dalla Casa tedesca.

“Sì, siamo dei perfezionisti, ma in fin dei conti nell'orologeria è una cosa che non guasta”. Parola di Uwe Ahrendt, 49 anni, dal 2001 amministratore delegato di Nomos Glashütte, la piccola manifattura indipendente che, applicando alla lettera i criteri della Bauhaus e seguendo una filosofia aziendale che non contempla l'approssimazione e la mediocrità, è cresciuta fino a diventare il secondo brand per pezzi venduti sul mercato tedesco e si prepara a sbarcare in Italia con una nuova rete di distribuzione e la voglia di comunicare i suoi valori e una qualità che, nella

stessa fascia di prezzo, ha pochissimi rivali.

Con un design inconfondibile per la sua essenzialità e l'uso esclusivo di movimenti di manifattura, Nomos è diventata in pochi anni un fenomeno di tendenza in Germania e un caso unico nel panorama dell'orologeria, entrando di diritto nella top ten delle manifatture con il più alto livello di indipendenza dai fornitori esterni. Tutto il catalogo Nomos è un'applicazione pratica del principio del design industriale, secondo cui “Form Follows Function”, cioè la forma deve essere essa stessa utile alla funzione di un oggetto, e tutto

ciò che è superfluo va eliminato. Ne consegue che per indicare l'ora basterebbero due lancette e un quadrante graduato (e in effetti è così), ma le 13 collezioni Nomos (per un totale di circa 130 varianti) non sono mai ripetitive, pur non venendo mai meno al principio delle tre F. Sembra un controsenso, ma la spiegazione è evidente appena si varca la soglia dell'edificio anni '30 affacciato sul Landwehrkanal a Berlino, che ospita lo studio Berlinerblau, cioè il comparto creativo del brand, che si occupa anche del marketing e degli aspetti legati ai social. Una sede scelta espressamente per la vicinan-



za con i quartieri più vivaci della città, dove è più facile intercettare mode e tendenze, rispetto alle valli, affascinanti ma isolate, della Sassonia. La squadra dei designer è composta da giovani di tutto il mondo che sono liberi di lavorare da soli o in team, a seconda delle esigenze. E quando il layout di un nuovo modello o di una nuova versione viene approvato, si può essere certi che ogni più piccolo particolare è stato oggetto di riunioni e studi che non lasciano nulla al caso.

DAL 2005, IL QUARTIER GENERALE NOMOS È NELLA EX STAZIONE FERROVIARIA DI GLASHÜTTE, A RIDOSSO DEI BINARI ANCORA IN USO. Qui, oltre alla parte amministrativa, si svolgono le ultime fasi della produzione e la spedizione degli ordini, mentre le

In produzione da 25 anni, il Tangente è il best seller della Nomos, con un prezzo che parte da 1.400 euro circa.
A DESTRA: Il Nomos Zürich World Time con quadrante blu notte. Un'ora del mondo con movimento di manifattura proposto a 4.620 euro.

manifatture vere e proprie occupano altri due edifici. La cittadina, a 20 chilometri da Dresda è la culla dell'orologeria tedesca sin dalla metà del XIX secolo, quando, a causa dell'esaurimento delle miniere di argento sassoni, il re Federico Guglielmo IV di Prussia inviò proprio qui il giovane e geniale orologiaio Ferdi-

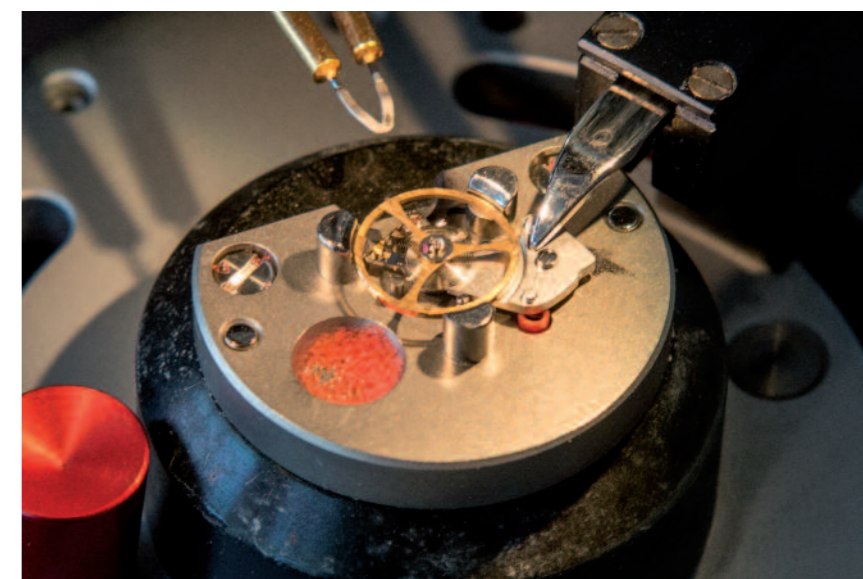


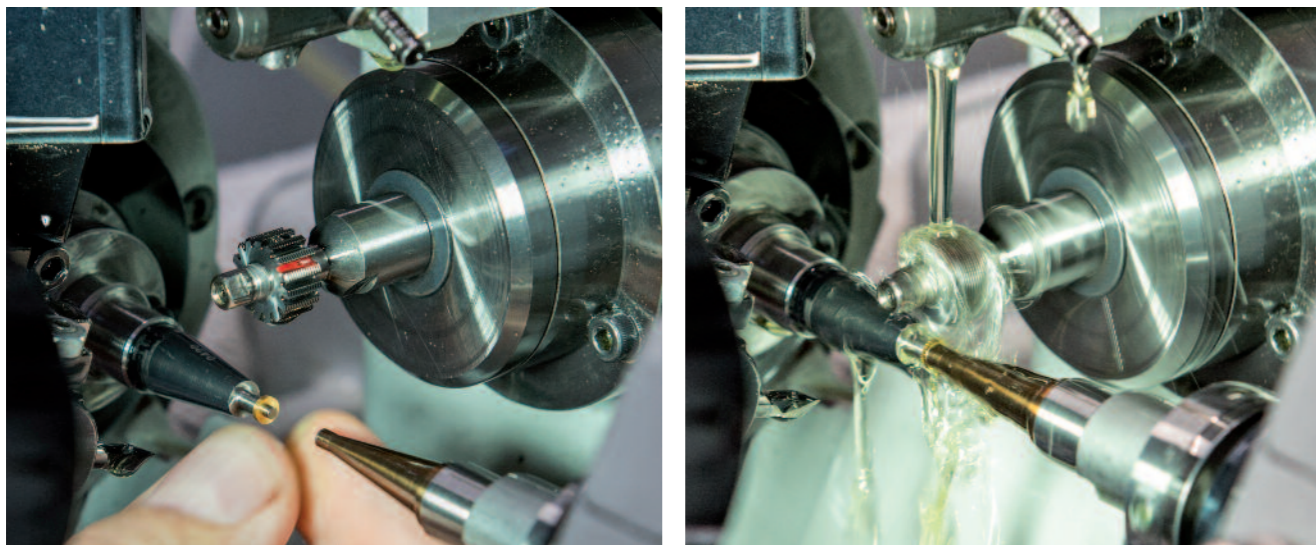
nand Adolph Lange, con il compito di fondare una fabbrica di orologi per ricreare i posti di lavoro che erano scomparsi. Le intuizioni e i criteri costruttivi delle prime generazioni di artigiani sassoni hanno dato vita a una tradizione che si è affinata nel corso di quasi due secoli, ed è ora codificata nelle normative che ogni

L'incassaggio di un orologio, nella manifattura di Glashütte.
AL CENTRO: Il fissaggio della spirale alla viola, nella produzione dello Swing System. **IN BASSO:** La fresatura delle platine negli impianti Nomos per la produzione dei componenti.

manifattura deve rispettare per fregiarsi della denominazione "Glashütte", la più importante delle quali impone che almeno il 50% del movimento sia prodotto in loco. "Per i nostri calibri la percentuale va dall'80 al 95%", spiega con orgoglio Ahrendt.

Un risultato ottenuto anche grazie all'introduzione dello Swing System, lo scappamento interamente realizzato (molla del bilanciere compresa) dal reparto Ricerca e Sviluppo del brand, in 7 anni di lavoro. "Fino a pochi anni fa non avrei mai immaginato che un giorno saremmo riusciti a creare il cuore dell'orologio a un prezzo competitivo, liberandoci dal vincolo dei fornitori esterni e mantenendo la stessa qualità dei componenti dei più famosi produttori svizzeri: per noi è stato come arrivare sulla Luna", ricorda Ahrendt. "Grazie a questi sforzi, siamo diventati una delle poche manifatture a livello globale con un tale livello di indipendenza, che siamo arrivati al terzo posto per fatturato in Germania e primi tra i produttori di orologi meccanici". Quanto è stato difficile? "L'investimento è stato molto impegnativo, ma a lungo termine è la strada giusta. E riguarda anche la nostra etica, che ci impone, come produttori tedeschi, di impegnarci al massimo per produrre il più possibile qui". Era questa, già dalla nascita del marchio nel 1990, l'idea del fondatore Roland Schwertner. "È una visione ben precisa che ormai fa parte del nostro Dna. Sin dal lancio del Tangente (*pronuncia corretta: tanghente, n.d.r.*) Roland aveva come obiettivo la riduzione delle forniture





Una macchina dentatrice. A sinistra, l'operaio monta il pezzo che diventerà una ruota dentata. A destra, l'utensile taglia i denti nell'ottone. Gli ingranaggi Nomos hanno un profilo dei denti che consente di risparmiare sull'energia dispersa per attrito.

ture esterne e dal 2005 montiamo solo movimenti di manifattura”.

AL MOMENTO CIRCA IL 70% DEI MOVIMENTI È DOTATO DEL SISTEMA BILANCIERE/SCAPPAMENTO SWING

SYSTEM BREVETTATO DA NOMOS, MA L'OBIETTIVO DICHIARATO È DI ARRIVARE AL PIÙ PRESTO AL 100%. I vantaggi sono già evidenti nei modelli equipaggiati con il nuovo sistema: riduzione dello spessore, riserva di

carica più lunga grazie a nuove ruote dentate che disperdono meno energia e, per i modelli con datario, un nuovo meccanismo di scatto, che consente di correggere la data sia in avanti che indietro in qualsiasi momento, senza rischiare di danneggiare l'orologio. La filosofia progettuale di Nomos prevede un approccio globale ai problemi e alle nuove sfide e permette di risparmiare tempo e risorse in fase di produzione, oltre a mettere i creativi nelle migliori condizioni per sviluppare le loro idee. “Prendiamo l'Update per esempio: non ci siamo limitati a inserire un datario sui vecchi movimenti ma, al contrario abbiamo inventato un nuovo calibro che ci permettesse di avere la data esattamente nella posizione che volevamo e che può essere montato su diversi modelli”.

La parete dei trofei: tutti i premi vinti dalla Nomos in 28 anni di attività.



Dody Giussani e Francesco Patti (a sinistra) intervistano Uwe Ahrendt (a destra), amministratore delegato della Nomos Glashütte. A DESTRA: A colloquio con Theo Prenzel, capo dell'ufficio Ricerca e Sviluppo.

LA COLLEZIONE TANGENTE - LA PRIMA A ESSERE LANCIATA NEL 1992 INSIEME A TETRA, ORION E LUDWIG - TUTTORA IN PRODUZIONE E IN TESTA ALLE VENDITE, RIASSUME TUTTE LE CARATTERISTICHE DELLA MANIFATTURA. Venti versioni, di dimensioni e colori diversi, a carica manuale o automatica, con o senza data, ma tutte fortemente coerenti e riconoscibili. Le nuove collezioni hanno progressivamente coperto varie esigenze, dall'orologio più rivolto ai giovani come il Club, a quello più sportivo come l'Ahoi o più moderno come il Metro. Per chi cerca il lusso ci sono anche le collezioni Lux e Lambda, in oro e con movimenti rifiniti a mano, compresa l'incisione sul ponte del bilanciere della scritta (in tedesco): “Fatto con amore a Glashütte”.

Ma come si fa a proporre delle collezioni con finiture di questo livello a circa 12.000 euro? Risponde Uwe Ahrendt: “In realtà a noi sembra un prezzo giusto. Lo facciamo per far capire cosa sappiamo fare. Ne facciamo

pochi esemplari ed è quasi un piacere che i nostri orologiai si concedono, nei momenti di calma”. Un approccio decisamente diverso da quello di quei brand che mettono il profitto in cima alle priorità, anche a scapito della qualità, puntando tutto sulla forza del marketing.

Con l'apertura di una rete di distribuzione Nomos in Italia, il panorama per gli appassionati si arricchisce di un

prodotto dall'imbattibile rapporto qualità/prezzo e dallo stile di sicuro effetto. Cosa vi aspettate dal mercato italiano? “Vorremmo riuscire a comunicare anche ai clienti italiani che Nomos offre orologi belli, a prezzi competitivi. L'Italia è sempre stata nei nostri piani e già anni fa avevamo avviato un progetto, ma ora è diventata il secondo mercato in Europa, dopo la Germania, e i tempi sono maturi”.



Gli orologiai Nomos al lavoro nella manifattura di Glashütte.