

DIVULGAÇÃO



FRANCESCO POGGESI

Nascido em Florença, Francesco Poggese, o atual CEO da Visconti, começou na empresa em julho de 2018, se diz atraído por culturas diversas e é um curioso para conhecer os hábitos e costumes de pessoas vindas de diferentes países

Por Carlos E. Barretti

Você tem uma grande experiência no mercado de bens de luxo. Começou trabalhando no Grupo Gucci, depois na Boucheron, que foi adquirida pelo Grupo Gucci em 2000, posteriormente na Testoni, uma empresa de calçados masculinos *premium* e também na Salvatore Ferragamo. Em julho de 2018 você começou na Visconti. Em sua opinião, quais são as semelhanças e diferenças entre essas marcas de luxo e uma marca de instrumentos de escrita de luxo?

Acredito que existam muitas semelhanças entre esses negócios. Quando falamos de artigos de luxo, as principais características são a exclusividade, a estima, a excelente qualidade e o alto preço. Posso dizer que todas elas são características aplicáveis às canetas e aos instrumentos de escrita em geral, certamente definindo aqueles que produzimos na Visconti. As principais diferenças entre essas marcas de luxo e a Visconti são uma cotação de mercado nem sequer

comparável em termos de tamanho, cuja base de consumidores é também influenciada por diferentes tipos de necessidades, e uma rede de distribuição representada por lojas operadas diretamente, em vez de intermediários, que gerenciam seus próprios parceiros por atacado. É o caso da Visconti. Ainda acho que hoje a caneta não é mais apenas um objeto funcional, mas um complemento entre outros produtos de luxo pessoais.

2. **Em outubro do ano passado, a Visconti comemorou seu 30º aniversário. Por favor, conte aos nossos leitores uma breve história dessa marca italiana fundada por Luigi Poli em outubro de 1988.**

A Visconti foi fundada há 30 anos em Florença, graças à amizade entre dois sujeitos que realmente gostavam de canetas e do universo da escrita: os senhores Dante Del Vecchio e Luigi Poli. Desde 1988, a Visconti trouxe a indústria da escrita de volta à Florença, após um período de vários anos de ausência, e levou o artesanato italiano e florentino a produtos icônicos cujos valores fundamentais eram — e ainda hoje são — o design italiano, a criatividade, a qualidade e o luxo. A empresa aumentou de tamanho e precisava de um forte apoio financeiro para as operações internacionais, razão pela qual a Italian Pens (parte de um grupo internacional atuante na Europa, nos EUA e no Oriente Médio) ingressou na empresa em 2003 como acionista. Em 2005, Luigi Poli vendeu suas ações para a Italian Pens, tornando-a a acionista majoritária. Em 2018, depois que o sr. Del Vecchio deixou a empresa, eu entrei para executar um novo e desafiador modelo de negócios, segundo definição da Italian Pens e da Delamere Ltd. — a mais nova acionista minoritária desde maio de 2018.



“Ainda acho que hoje a caneta não é mais apenas um objeto funcional, mas um complemento entre outros produtos de luxo pessoais”

3. **Como a aquisição da maior parte das ações em 2005 afetou a empresa?**

Se você quer competir internacionalmente e crescer em termos de visibilidade, torna-se quase necessário recorrer à contribuição de novos recursos financeiros. Acho que a Italian Pens e a Delamere Ltd. abraçaram o projeto Visconti com grande entusiasmo, respeitando o profissionalismo interno e mantendo a força de trabalho no distrito de Florença, também para garantir um alto nível de qualidade dos produtos.

4. **A marca acaba de iniciar a distribuição oficial no Brasil. Quais são os planos para o mercado brasileiro em um futuro próximo?**

Hoje entramos no estado de São Paulo e o



“Se você quer competir internacionalmente e crescer em termos de visibilidade, torna-se quase necessário recorrer à contribuição de novos recursos financeiros”

NEYMAR JR

G&G
M I L A N O

RUA OSCAR FREIRE 1144, JARDINS | SÃO PAULO
gagamilano.com.br | infobrasil@gagamilano.com | Phone: +55 11 4526 3760

Disponível nas melhores relojoarias e joalherias

MILANO | TOKYO | OSAKA | SEOUL | HONOLULU | SHANGHAI | QINGDAO | WUHAN | GUIYANG | SÃO PAULO

objetivo é estender a distribuição em todo o Brasil, especialmente em cidades como Rio de Janeiro, Foz do Iguaçu, Búzios e outros locais onde o mercado de luxo está prosperando. Nosso parceiro local, a Boutique de Canetas, está fazendo um ótimo trabalho no segmento dos instrumentos de escrita, por isso estamos com intenção de trabalhar já em 2019 também o nosso segmento de relógios em seu país.

5. Quais são os mercados mais importantes para a Visconti atualmente?

A Visconti está presente em mais de 50 países, em butiques de prestígio e nos principais mercados onde a marca já está bem estabelecida, como nos EUA, na Itália, na China e no resto da Europa.

6. Como você vê o mercado de instrumentos de escrita hoje em dia e como, em sua opinião, será o futuro dos instrumentos de escrita em um mundo digital?

Em sua fase inicial, o advento da era digital devastou o mercado de canetas, mas hoje já existe um retorno do interesse para os instrumentos de escrita em geral. Apenas pela razão que mencionei antes, a caneta não é mais vista como um objeto funcional, mas como algo que cria emoção, que segue uma experiência e, por que não, que completa uma roupa e um visual elegantes. Não é a funcionalidade que leva à compra de uma caneta, mas tudo o que gira em torno da própria caneta, que, obviamente, deve também funcionar e escrever sempre bem.

7. Como você posicionaria a Visconti hoje em termos de vendas, imagem de marketing e branding em comparação a marcas

de luxo como Montblanc, Montegrappa, Faber-Castell e outras?

Se você considerar que o mercado de canetas hoje é um nicho, onde provavelmente a Montblanc tem uma participação de cerca de 70%, você compreende que eles são realmente o único grande *player* em termos de vendas, marketing e distribuição, principalmente de varejo.

Acho que a Visconti pode competir diretamente com a Montegrappa, a Faber-Castell e a Aurora quando se pensa na rotatividade, na estratégia de marketing e na rede de distribuição.

Nossa distribuição está bem estabelecida em todos os países e nosso posicionamento de preço é quase similar ao da Montegrappa e provavelmente superior ao da Faber-Castell.

8. Qual é a estratégia para lidar com essas marcas em um mercado relativamente pequeno?

Tentamos nos diferenciar com produtos inovadores e compartilhar os elementos distintos da nossa marca, que sempre foram uma escolha notável de materiais, o uso ousado de cores e uma forte criatividade.

“Em sua fase inicial, o advento da era digital devastou o mercado de canetas, mas hoje já existe um retorno do interesse para os instrumentos de escrita em geral”

9. Quantas edições especiais a Visconti lança por ano?

No passado chegamos a ter entre oito e dez edições especiais por ano. Hoje estamos aumentando a oferta de produtos das coleções regulares e reduzindo um pouco as edições limitadas. Queremos, porém, voltar a ter entre oito e dez edições especiais a cada ano em um futuro próximo, desencadeando o maior potencial de criatividade dos nossos designers.

10. Quando a marca começou a produzir relógios?

A Visconti lançou a sua primeira linha de relógios em 2013, o *25th Anniversary Up-Date*, com três versões de um estilo muito distinto. A caixa com design italiano e o movimento mecânico de fabricação suíça foram a base desses produtos de alta qualidade.

Vocês já têm em mente algum local para a distribuição dos relógios da Visconti no Brasil?

Atualmente estamos trabalhando para apresentar nossos relógios, já em 2019, em locais como o Shopping JK, em São Paulo. ↙

“[...] estamos com intenção de trabalhar já em 2019 também o nosso segmento de relógios em seu país”

SOLLO  TEMPO

O tempo é nosso bem mais valioso. E a Sollotempo entende o valor do tempo como nenhuma outra empresa. Somos especialistas em relógios e joias de altíssima qualidade.

Um lugar onde colecionadores, conhecedores e entusiastas vão encontrar profissionais igualmente apaixonados pelo assunto.

Modelos novos, antigos, e raridades feitas pelas marcas mais conceituadas do mundo, como: Audemars Piguet, Cartier, IWC, Jaeger Le Coultre, Hublot, Patek Philippe, Rolex, entre outras.

Se você deseja vender, trocar, comprar ou restaurar um relógio especial, entre em contato e agende uma visita.

COMPRA | VENDA | RESTAURAÇÃO

Tel: (11) 3079-9170 | 3167-3422 | Whatsapp: 97486-6918
Site: www.sollotempo.com.br | Instagram: @sollotempo

