

SAPER FARE

L'arte dei samurai per dare valore al tempo degli artigiani

Tecnologia, innovazione e storia sono i tre elementi della startup bergamasca Time Changers. In un orologio esclusivo si concentrano l'abilità di un maestro del modellismo, il gusto del design e i nuovi strumenti del web.



Simone Casiraghi

La passione per i Samurai diventa una startup, il motore è la precisione del tempo. Il fascino per la cultura giapponese alimenta invece la spinta creativa.

Innovazione, design, internet del cose, realtà aumentata e nuovi materiali vengono fusi nel nostro miglior saper fare artigiano. E questa passione condivisa da tre amici, unendo conoscenza tecnica, competenza commerciale e abilità artistica trova la sua realizzazione in un prodotto come l'orologio, in un quadrante c'è la sintesi di storia, cultura e filosofia di un intero popolo. Oltre al nome: O-Yoroi è infatti il titolo della prima collezione,

già sul mercato.

La tecnologia è la parte più massiccia, la precisione deve essere incontestabile. Per questo, gli ingranaggi del tempo vengono garantiti direttamente da un fornitore svizzero, quale migliore fonte di precisione e affidabilità. La cassa dell'orologio, sul retro è trasparente, il meccanismo è solo da ammirare. Ma di fronte alla realizzazione del prodotto finale, gli ingranaggi sono l'aspetto su cui ci si concentra forse di meno.

Le lancette della storia

Time Changers nasce così, dentro l'incubatore di Bergamo Sviluppo. Il progetto vuole unire la manualità dei maker innovativi alla tecnologia avanzata, replicando nel design dell'intero prodotto, dal quadrante ai

dettagli anche minimi, l'intera armatura di un samurai. È un lavoro di altissima precisione. In laboratorio c'è un "vecchio" del mestiere. Fausto Lancini, 67 anni, storico modellista. In quel laboratorio si seguono tutte le fasi: dalla progettazione tecnica, all'elaborazione del disegno fino al prototipo con una stampante 3D. Spetta a Lancini, poi, il lavoro di combinare ogni singola parte di design, la replica di ciascuna particolarità del costume giapponese deve essere perfetta, e una volta montata, non deve compromettere nulla del meccanismo: pesi, misure, bilanciature, equilibri sono decisivi. Così ogni prototipo viene prima realizzato in laboratorio e testato. Solo dopo può andare in produzione. E anche in questo caso i numeri sono limitati,



ROMANO ALBERTI
Designer
e co-founder
di Time
Changers



ROBERTO JANNIELLO
Co-founder
di Time
Changers
segue
i mercati





PROTOTIPI Fausto Lancini, storico modellista, nel suo laboratorio

al massimo 150 pezzi.

Romano Alberti, 42 anni, è il designer. A lui spetta dare la linea delle collezioni per rendere ogni orologio un prodotto esclusivo, quasi un pezzo unico. Dalle lancette, ai singoli punti dei minuti nel quadrante, al cronometro sul quadrante fino alla forma della corona, della ghiera e la scelta della pelle del cinturino, lo stesso materiale che avvolge l'impugnatura di una katana.

La ricerca dei mercati

C'è tutto il costume dei samurai in questi dettagli, replicato in miniatura.

Alla fine il prodotto, in realtà, appare decisamente più un'opera d'arte, ma è un orologio da indossare. E non è decisamente per tutti. È compito di

Roberto Janniello, 53 anni, ingegnere elettronico pensare ai mercati. «Puntiamo molto sull'estero – spiega – e dall'incubatore di Bergamo Sviluppo abbiamo avuto e stiamo avendo un supporto importante per l'internazionalizzazione della nostra impresa. Guardiamo, oltre che al Giappone, alla Russia e alle più grandi capitali europee e americane. E per i Paesi Arabi stiamo progettando una versione specifica, tutta in oro. Il valore del nostro prodotto, intorno ai 10mila euro, ci impone di selezionare anche i canali di vendita, partendo dalle boutique di altre griffe».

Ma dentro una startup è sempre l'innovazione tecnologica a prendere il sopravvento. «Il progetto prevede un ulteriore step – spiega Janniello -. Ogni

orologio sarà dotato di un sistema tecnologico, sul modello del QR-code e della realtà aumentata, con cui da ogni smartphone sarà possibile visualizzare e ripercorre tradizione, storia e cultura, in questo caso, del popolo samurai e giapponese».

La storia letta dallo smartphone

Un orologio quindi anche come strumento di informazione culturale e artistica, in un paese come l'Italia ricca di patrimonio artistico e storico.

«E infatti vogliamo dedicare una collezione ai capolavori italiani, in modo da abbinare ricerca storica con l'elemento artistico, per esempio la Cupola del Brunelleschi, il Colosseo».

Il progetto prosegue, ma Janniello ammette che ci sarebbe bisogno di un'accelerazione. E

o per accorciare i tempi di sviluppo, in attesa del crearsi di un cash flow sufficiente, l'ingresso dei nuovi capitali resta forse l'unica soluzione possibile.

«Non abbiamo ambizioni di gigantismo, vogliamo restare una micro impresa con un obiettivo di fatturato di 2-3milioni. Ci siamo dati 3-5 anni per realizzare questo percorso, due li abbiamo passati per la prima parte del progetto, ora un partner finanziario consentirebbe di fare scelte precise, di irrobustire il brand e di puntare a strategie commerciali più mirate. E poi, cautamente, arrivare anche a creare almeno due nuovi posti di lavoro. Ma questo è un mio personale obiettivo, la mia soddisfazione».