

# VO+

VICENZAORO Jewels & Luxury Magazine

STORIES

**Dior**  
David Webb  
Codognato  
Elic Top  
Alexandra Mor

FEATURING

Latest Revival  
Paris Couture  
Winter Coral  
Luxury E-Tailers  
Special Watches



# Timeless

Issue 142

Fall 2017

## STARRING

Italo Fontana, U-Boat founder, tells about the success of his legendary watch, big and bold and so much adored by the star system

by MATTEO GUIZZARDI

**BELOVED BY SYLVESTER STALLONE.** David Beckham and Nicolas Cage, U-Boat watches are recognized for the large crown on the left side of the watchcase and the techniques used to make them resistant in the most adverse conditions.

**Today the U-BOAT brand is all grown up, turning eighteen years old exactly. Can you tell us about the stages of its development and the watches that mark them?** I identify the beginning of everything with the Unicum watch. That was the moment I took my grandfather's drafts [Ivo Fontana, who designed a watch for Italian Navy pilots in the 1940s] and added my design concepts, creativity and identity. Early on, some people made fun of how big my watches were, but I kept on. The next watch was the Classico model: it is the most basic, but also the most well known. Chosen by many international stars like David Beckham and Sylvester Stallone, the brand gained notoriety. I would relate the Flightdeck model with the first store in Florence, the first stand at Baselworld, and access to the most renowned boutiques in the world, such as Harrods. After this, there was a long period, which is still not over, of research and experimentation with materials, workings and design, which is demonstrated in the 1001 model, tested to go 1,001 meters deep. The maturity of the brand is still underway, marked by the steady contact with the arena of key players at Baselworld and the constant recognition from customers. The model that represents this stage is Chimera.

**What do you feel when you create a new watch?** The freedom of creating without making calculations, without looking to the market. I was the first to combine black and red sapphire to create the iconic 'opaque' effect, and I think those who wear U-Boat choose it because they know they have something unique on their wrists.

**Does the made in Italy brand still have strong value in the international market?** Design was born in Italy, and the international markets understand and valorize this perhaps more than even Italians do. For us, a strategic event in this regard is Vicenzaoro September, where we exhibit our new line in the N.O.W. area with the watch brand Welder.

*AMATI DASYLVESTER STALLONE, David Beckham e Nicolas Cage. gli orologi U-Boat si riconoscono dalla larga corona posizionata sul lato sinistro della cassa e da specifiche tecniche che consentono loro resistenza nelle condizioni più avverse.*

**Oggi il brand U-BOAT ha compiuto la maggiore età: 18 anni esatti. Ci riassume le tappe di questa crescita e quali orologi le scandiscono?** «L'inizio di tutto lo identifico con l'orologio Unicum: è stato il momento in cui ho preso gli schizzi di mio nonno (Ivo Fontana, che negli anni '40 aveva progettato un orologio per i piloti della Marina Militare, ndr) e ho aggiunto il mio concetto di design, la mia creatività, la mia identità. All'inizio c'era chi mi ha preso in giro per la grandezza degli orologi, ma io ho tirato dritto. La tappa successiva è il modello Classico: il più basilico, ma anche il più conosciuto. Scelto da molte star internazionali come David Beckham e Sylvester Stallone, ha regalato notorietà al marchio. Il primo monarca di Firenze, il primo stand a Baselworld, l'accesso nelle boutique più rinomate al mondo come Harrods, li identificherei con il modello Flightdeck. A questo ha fatto seguito un periodo, mai concluso, di grande ricerca e sperimentazione nei materiali, nelle prestazioni e nel design che si rispecchia nel modello 1001, testato per scendere fino a 1001 metri di profondità. Tappa ancora in corso è quella della maturità del marchio, segnata dall'accesso stabile nell'arena dei big di Baselworld, di un vasto numero di boutique nel mondo e di un costante riconoscimento da parte della clientela: questa tappa la rappresenterei con lo sviluppo del modello Chimera».

**Che emozioni cerca quando crea un nuovo orologio?** «La libertà di creare senza fare calcoli, senza badare al mercato. Sono stato il primo a combinare zaffiro nero e rosso per creare l'iconico effetto 'vedo non vedo', e penso che chi indossa U-Boat lo scelga proprio perché sa di avere al polso qualcosa di unico».

**Il made in Italy è ancora un valore forte sui mercati internazionali?** «L'Italia è dove nasce il design e i mercati internazionali lo comprendono e lo valorizzano forse più di noi italiani. Tra gli appuntamenti più strategici in questo senso c'è Vicenzaoro September, dove siamo presenti nella nuova area N.O.W con il brand di orologi Welder». •



U-Boat Chimera 46.

