

ITALIAN
EXHIBITION
GROUP

A merger of
Rimini Fiera and Fiera di Vicenza

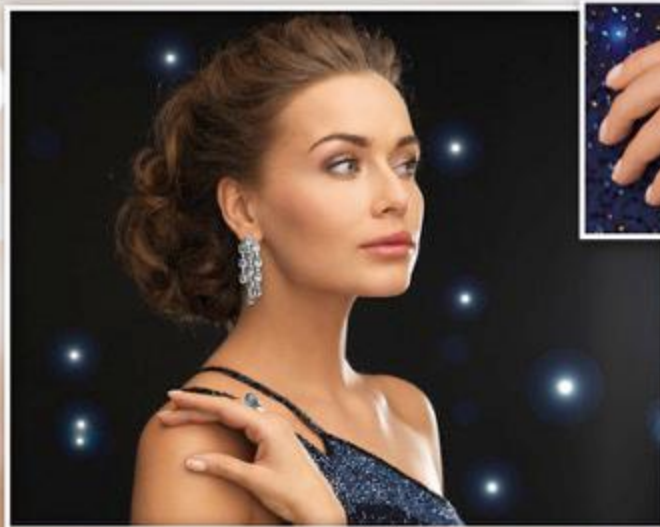
VICENZAORO JANUARY
THE JEWELLERY BOUTIQUE SHOW



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

FEDERPREZIOSI
FEDERAZIONE NAZIONALE DELLE IMPRESE
ORAFE GIOIELLIERE ARGENTIERE OROLOGIAIE

UOMO | DONNA | OROLOGI | GIOIELLI | TOP VENDITE | BRAND | 



 **Retail, innovazione e processi di cambiamento.**

Non solo questione di tecnologia

**ITALIAN
EXHIBITION
GROUP**

A merger of
Rimini Fiera and Fiera di Vicenza

VICENZAORO JANUARY
THE JEWELLERY BOUTIQUE SHOW

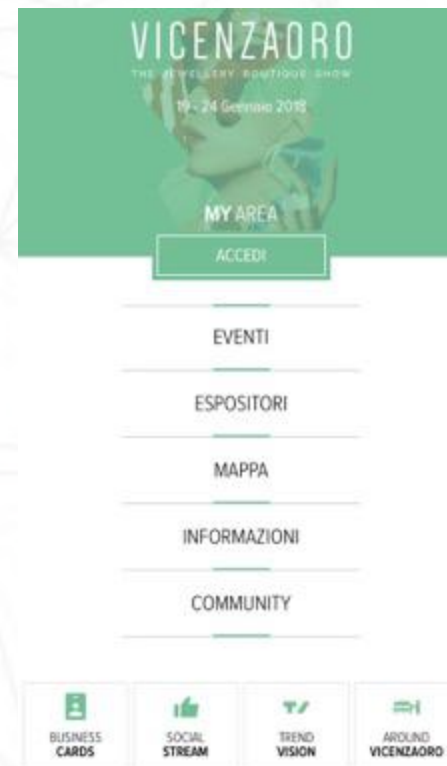


CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

FEDERPREZIOSI
FEDERAZIONE NAZIONALE DELLE IMPRESE
ORAFE GIOIELLIERE ARGENTIERE OROLOGIAIE



Davide Turatti
Digital Marketing Manager



Canale Vicenza Oro

<https://www.youtube.com/embed/XIkYhQ10li8?ecver=2>

DOMENICA 21 Gennaio

FEDERPREZIOSI CONFOCOMMERCIO

PMI e Gioielleria: dal retail all'e-commerce, la via dell'omnicanalità

Paolo Gianotti, De Marchi Gianotti Gioiellerie

Danilo Gianformaggio, Pino Gianformaggio snc, Gioielliere

AXELERO & GOOGLE

L'età d'oro del web

Fabio Attadio, Axélero Academy Training Manager

Tomaso Uliana, Strategic Partner Manager, Google

LUNEDI 22 Gennaio

AMAZON

Francesco Semeraro, Amazon Italia - Made in Italy Manager

Strategie di vendita online mediante Marketplace – il caso Amazon

LUISAVIAROMA

Il coraggio del digitale

Nicola Antonelli, WEB Project manager LUISAVIAROMA

FEDERPREZIOSI CONFOCOMMERCIO

iNovaRetail: la piattaforma tecnologica e il metodo che trasforma il negozio tradizionale in un sistema dinamico e intelligente

Massimo Torti, Segretario Generale Federazione Moda Italia Confcommercio

Marco Andolfi, AD disignum

Marco Sperati, Bottazzo sas Kammi Calzature Milano

MARTEDI 23 Gennaio

CATAWIKI

Le aste di gioielli online come un acceleratore della crescita

Federico Puccioni, Country Manager Italia

Cristina Covini, Marketing Manager Italia

Piero de Stefano, Esperto Gioielleria Catawiki

Dalila Daffara, Esperto Gioielleria Catawiki

MOCA

Impara a conoscere i tuoi clienti per migliorare la loro esperienza e il tuo fatturato

Marco Ziero

#vicenzaoro

#federpreziosi

#digitaltalks

**ITALIAN
EXHIBITION
GROUP**

A merger of
Rimini Fiera and Fiera di Vicenza

VICENZAORO JANUARY
THE JEWELLERY BOUTIQUE SHOW



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

FEDERPREZIOSI
FEDERAZIONE NAZIONALE DELLE IMPRESE
ORAFE GIOIELLIERE ARGENTIERE OROLOGIAIE



Giuseppe Aquilino

Presidente Federpreziosi Confcommercio

**ITALIAN
EXHIBITION
GROUP**

A merger of
Rimini Fiera and Fiera di Vicenza

VICENZAORO JANUARY
THE JEWELLERY BOUTIQUE SHOW



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

FEDERPREZIOSI
FEDERAZIONE NAZIONALE DELLE IMPRESE
ORAFE GIOIELLIERE ARGENTIERE OROLOGIAIE



Steven Tranquilli

Direttore Federpreziosi Confcommercio

Numero delle gioiellerie in Italia..

Le gioiellerie in Italia oggi sono:

17.372



Nord Ovest

3.898

Nord Est

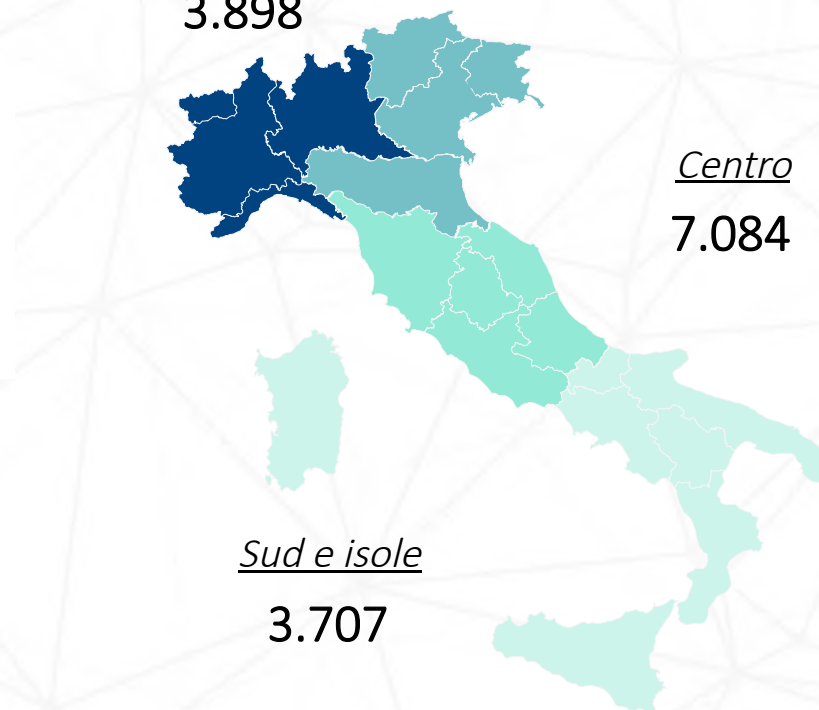
2.683

Centro

7.084

Sud e isole

3.707

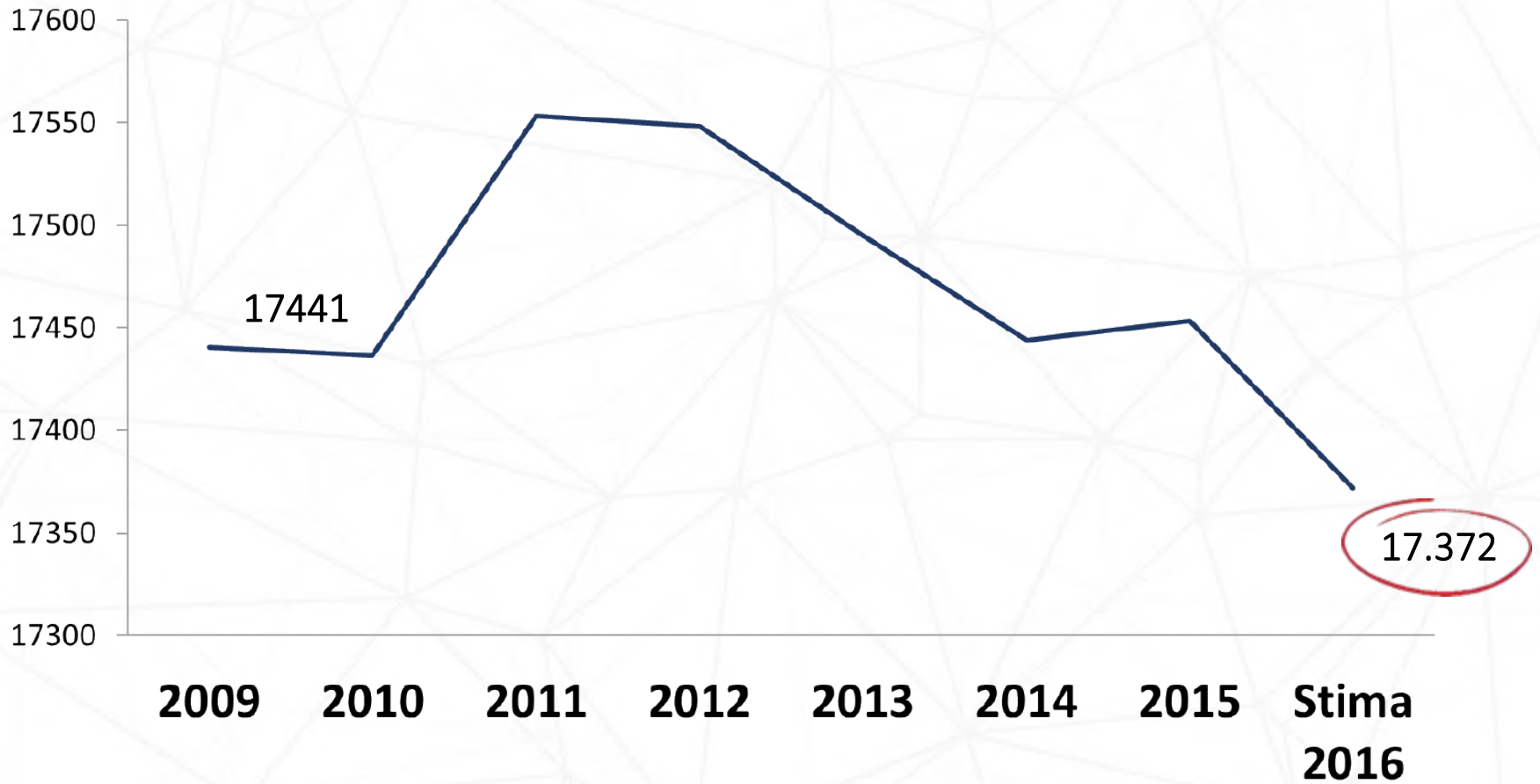


Fonte: Elaborazione Format Research Srl su dati Istat.

Codice Ateco 2007 Gioiellerie: 47.77.00 Commercio al dettaglio di orologi, articoli di gioielleria e argenteria

L'andamento delle gioiellerie

Valori assoluti. (Numerosità delle gioiellerie per anno)

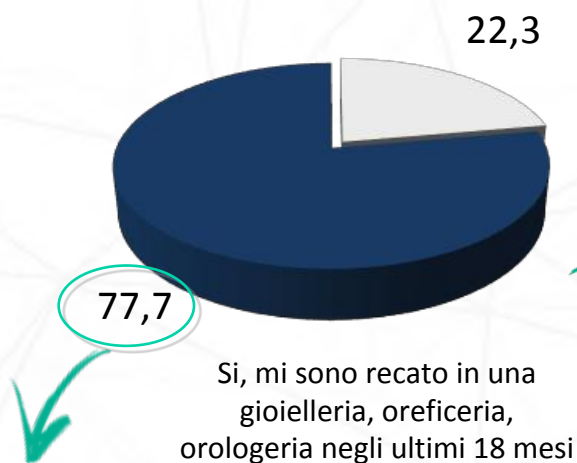


Fonte: Elaborazione Format Research Srl su dati Istat e Movimprese.

Codice Ateco 2007 Gioiellerie: 47.77.00 Commercio al dettaglio di orologi, articoli di gioielleria e argenteria

La gioielleria si conferma come un luogo importante nell'esperienza degli italiani: sono quasi l'80% dei consumatori coloro che la frequentano

Si è recato, almeno una volta nel corso degli ultimi 18 mesi, in una gioielleria, oreficeria, orologeria per effettuare un acquisto o una riparazione di un gioiello?



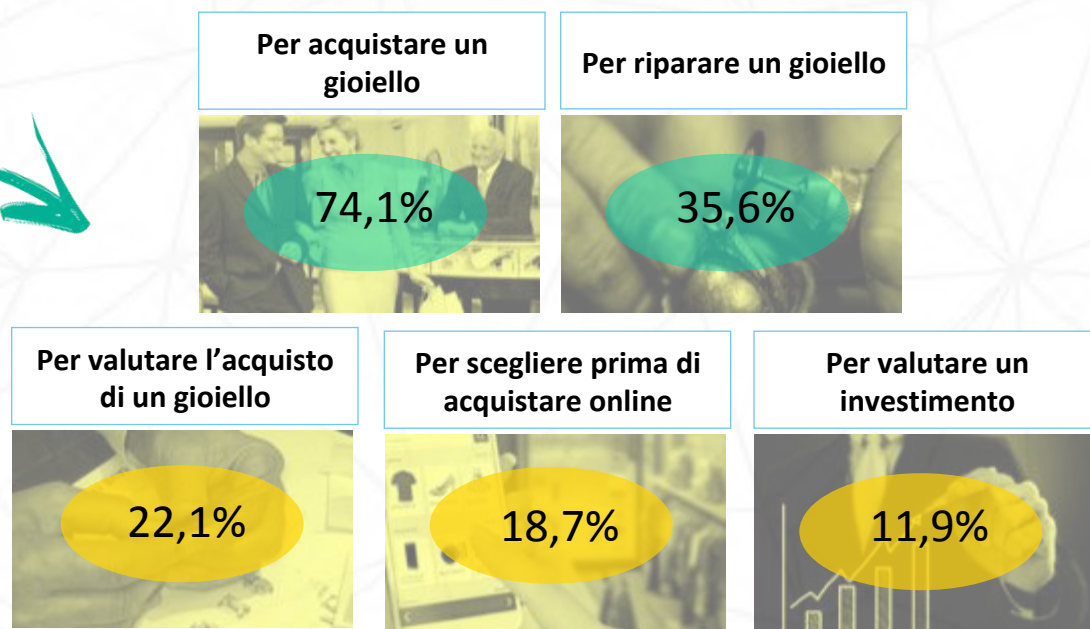
Si, mi sono recato in una gioielleria, oreficeria, orologeria negli ultimi 18 mesi

Dato accentuato...



Base campione: 1030 casi.

Per quali motivi si è recato in una gioielleria?



Base campione: 800 casi. Solo per coloro che si sono recati in una gioielleria negli ultimi 18 mesi. I dati sono riportati all'universo.

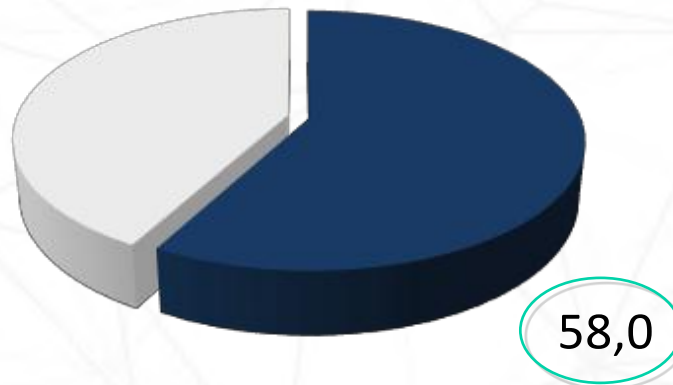
fedeltà alla gioielleria

quasi il 60% dei consumatori ha la propria gioielleria di fiducia...

Lei ha la sua gioielleria di fiducia, ovvero si reca sempre o quasi sempre nella stessa gioielleria

No, non ho una gioielleria di fiducia

42,0



Si, ho una gioielleria di fiducia



CONFCOMMERCIO

IMPRESE PER L'ITALIA

FEDERPREZIOSI

FEDERAZIONE NAZIONALE DELLE IMPRESE
ORAFE GIOIELLIERE ARGENTIERE OROLOGIAIE

66%

68,9%

58%

51,6%

36,6%



COME VIENE UTILIZZATO?

È solo una vetrina

**Vende gli stessi prodotti
che si posso acquistare in negozio**

**Ha una funzione
di assistenza e supporto alla clientela**

**Vende anche prodotti
che non si possono acquistare in negozio**

Quanto siamo social?



39,9%

utilizzo dei social network
per promuovere
la propria attività aziendale

94,1%

26,1%

4,3%

2,7%

7,2%



Nel caso specifico le motivazioni per cui le gioiellerie ritengono non sia importante essere presenti sul web possono essere riassunte così:

Per quale motivo pensa che non sia importante oggi per una gioielleria proporsi anche online? (Analisi effettuata solo sul 35,9 delle imprese che hanno dato un voto da 0 a 5 all'importanza di essere online)

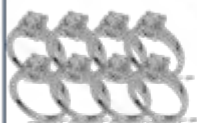
Ritengo che sia più efficace il contatto diretto con il consumatore

69,8



Sud e isole

73,9



84,7

10-19 addetti

Il nostro è un business molto tradizionale e non c'è la richiesta di proporsi anche online

62,1



Sud e isole

67,1



64,3

1 addetto

Troppo complicato (non usiamo il computer e internet e non ci provo neanche)

35,4



Sud e isole

48,2



37,8

1 addetto

Proporsi online porta/porterebbe più svantaggi che vantaggi

32,5



Centro

46,6



37,3

2-5 addetti

**ITALIAN
EXHIBITION
GROUP**

A merger of
Rimini Fiera and Fiera di Vicenza

VICENZAORO JANUARY
THE JEWELLERY BOUTIQUE SHOW



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

FEDERPREZIOSI
FEDERAZIONE NAZIONALE DELLE IMPRESE
ORAFE GIOIELLIERE ARGENTIERE OROLOGIAIE



Paolo Gianotti

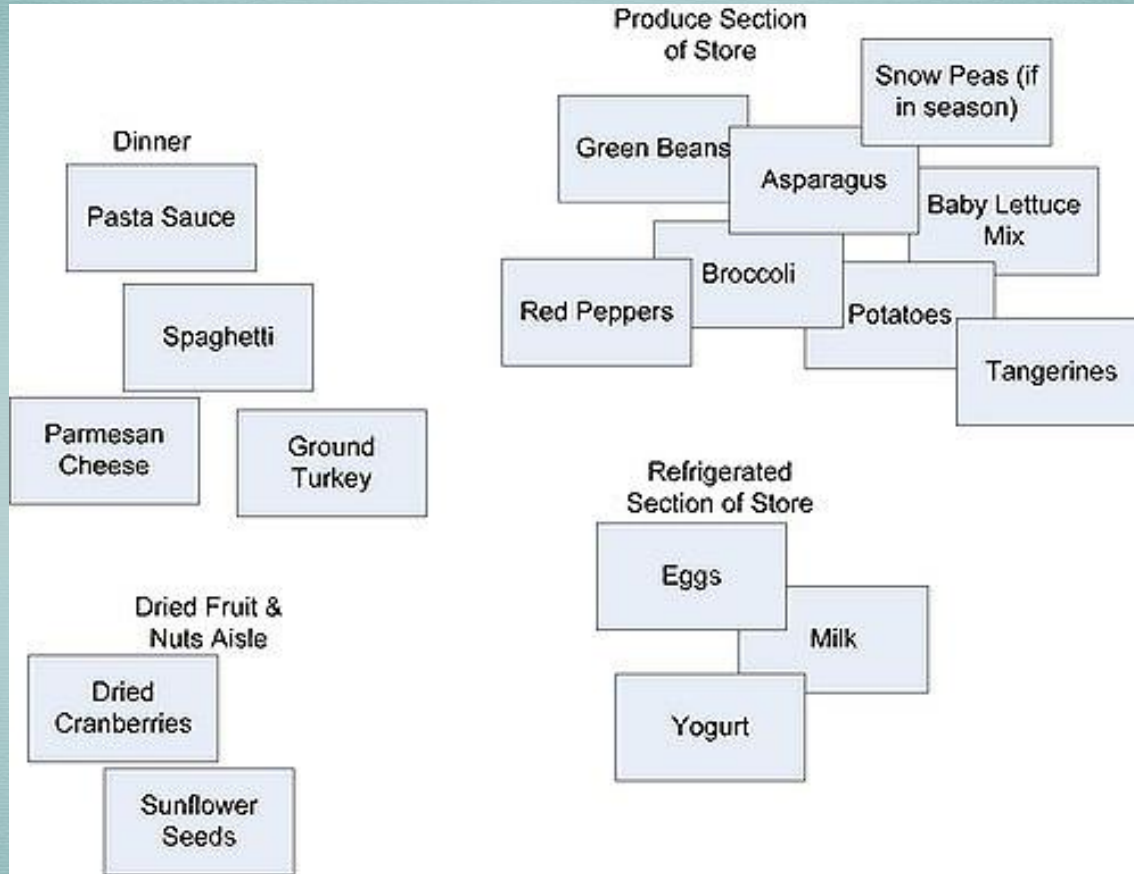
De Marchi Gianotti Gioielliere

www.demarchigianotti.com



Impossibile visualizzare l'immagine. La memoria del computer potrebbe essere insufficiente per aprire l'immagine oppure l'immagine potrebbe essere danneggiata. Riavviare il computer e aprire di nuovo il file. Se viene visualizzata di nuovo la x rossa, potrebbe essere necessario eliminare l'immagine e inserirla di nuovo.

Che cosa sono i modelli mentali?



Dott. Paolo Gianotti

DIAMALI
MANMADE DIAMONDS - HANDMADE JEWELLERY

DE MARCHI GIANOTTI
GIOIELLERIE

NALEVI

I modelli mentali sono per la nostra mente quello che le app sono per i nostri smartphone

La differenza tra grandi pensatori e pensatori ordinari è che per i pensatori ordinari il processo di usare modelli mentali è inconscio e reattivo.

Per i grandi pensatori è consapevole e proattivo.

Dott. Paolo Gianotti

DIAMALI™
MANMADE DIAMONDS - HANDMADE JEWELLERY


DEMARCHI GIANOTTI
GIOIELLERIE

NALEVI

Quanti modelli mentali? e Quali?



Dott. Paolo Gianotti

Cosa accade on-line?



Dott. Paolo Gianotti

DIAMALI[™]
MANMADE DIAMONDS - HANDMADE JEWELLERY

DE MARCHI GIANOTTI
GIOIELLERIE

NALEVI

Nuove domande richiedono nuovi modelli mentali

Come raggiungiamo i millennials?

Qual è il nostro valore aggiunto? Come viene percepito?

Le nostre scelte sono coerenti rispetto al nostro marchio?

Dott. Paolo Gianotti

DIAMALI[™]
MANMADE DIAMONDS - HANDMADE JEWELLERY


DEMARCHI GIANOTTI
GIOIELLERIE

NALEVI

Comunicazione integrata

Verso l'esterno:

Social: Facebook, Instagram, Twitter, Youtube...

Affissioni, Radio, Carta Stampata ecc.

Verso l'interno:

Noi, i nostri modelli mentali, gli stereotipi

I nostri collaboratori

Dott. Paolo Gianotti

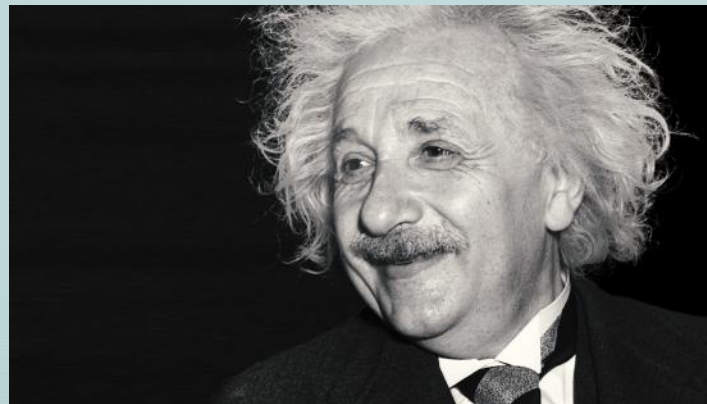
DIAMALITM
MANMADE DIAMONDS - HANDMADE JEWELLERY


DeMARCHI GIANOTTI
GIOIELLERIE

NALEVI

“Education is not the learning of facts, but training the mind to think.”

Albert Einstein



Dott. Paolo Gianotti

DIAMALI[™]
MANMADE DIAMONDS - HANDMADE JEWELLERY


DE MARCHI GIANOTTI
GIOIELLERIE

NALEVI

**ITALIAN
EXHIBITION
GROUP**

A merger of
Rimini Fiera and Fiera di Vicenza

VICENZAORO JANUARY
THE JEWELLERY BOUTIQUE SHOW



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

FEDERPREZIOSI
FEDERAZIONE NAZIONALE DELLE IMPRESE
ORAFE GIOIELLIERE ARGENTIERE OROLOGIAIE



Danilo Gianformaggio

Pino Gianformaggio Trapani

www.masstige.it



Pino Gianformaggio
GIOIELLERIA

DAL 1959

E poi...

PERCHÈ MASSTIGE?





IL PROGETTO



masstige



IL TEAM



SELFIE TEAM!



I BRAND





I CORNER



HAMILTON



CALVIN KLEIN

TOUS



LEAD GENERATION

5000
MESSENGER



2500
WHATSAPP



1700
INSTAGRAM

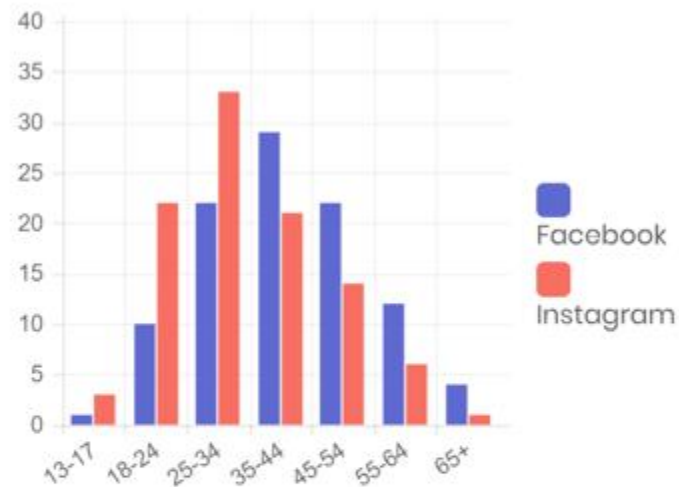
2600
PAGINA FACEBOOK

+11.000
CONTATTI

SEMPRE IN CONTATTO



DATI SETTEMBRE - DICEMBRE 2017





WORK IN PROGRESS

