

ITALIAN  
EXHIBITION  
GROUP

A merger of  
Rimini Fiera and Fiera di Vicenza

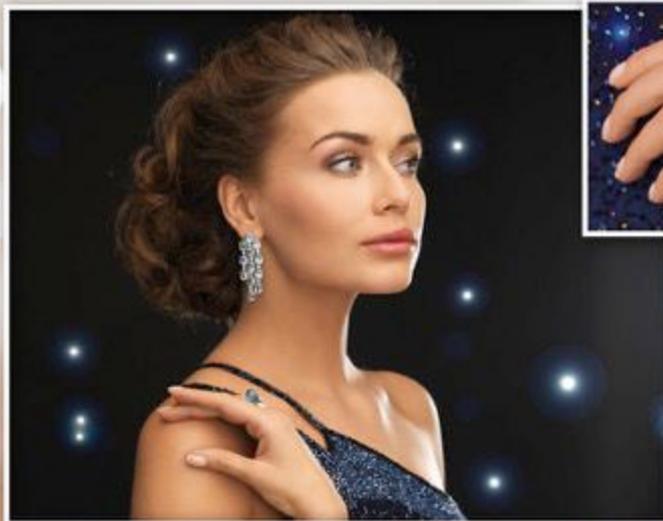
VICENZAORO JANUARY  
THE JEWELLERY BOUTIQUE SHOW



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/XlkYhQ10li8?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

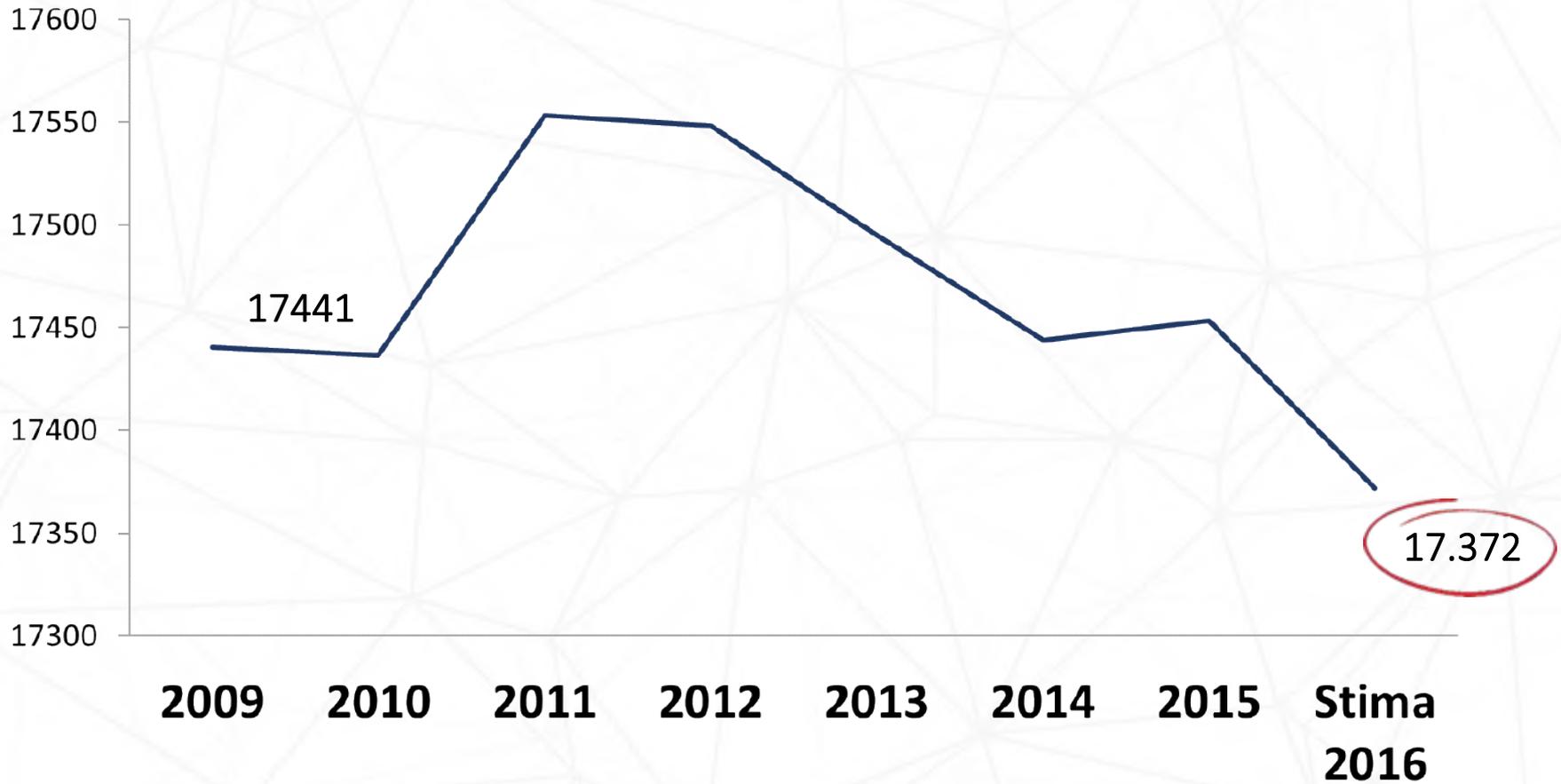
3.707

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)

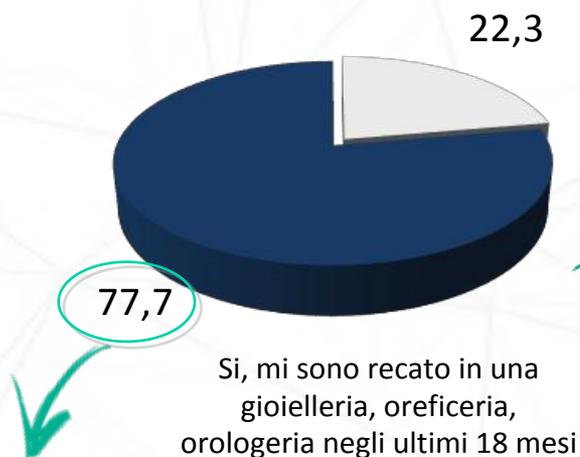


Fonte: Elaborazione Format Research Srl su dati Istat e Movimprese.

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?



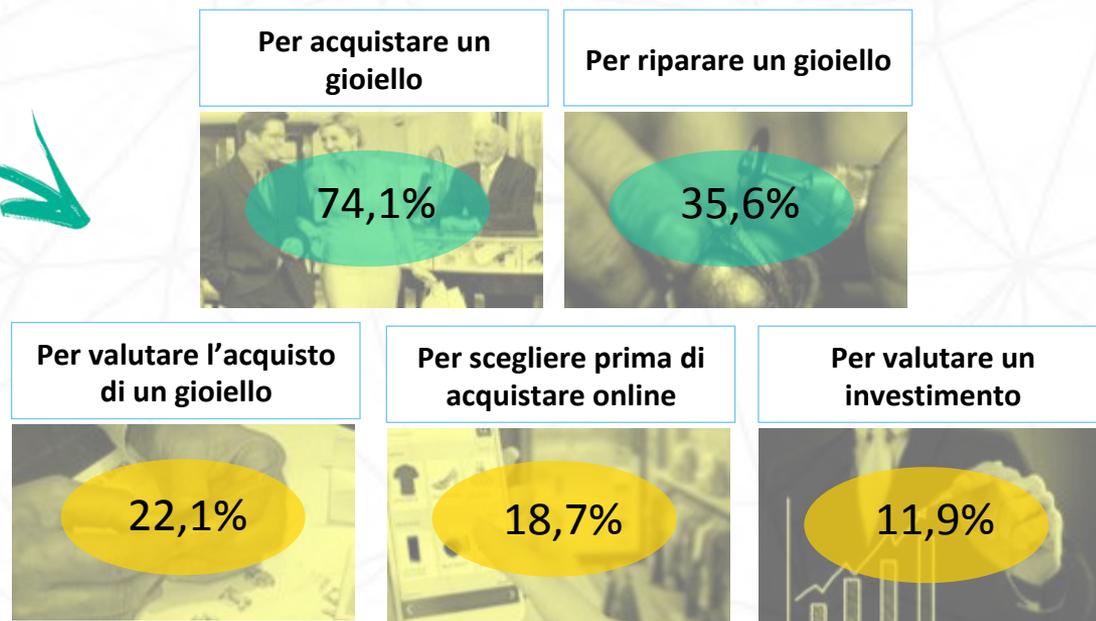
Si, mi sono recato in una gioielleria, oreficeria, orologeria negli ultimi 18 mesi

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.

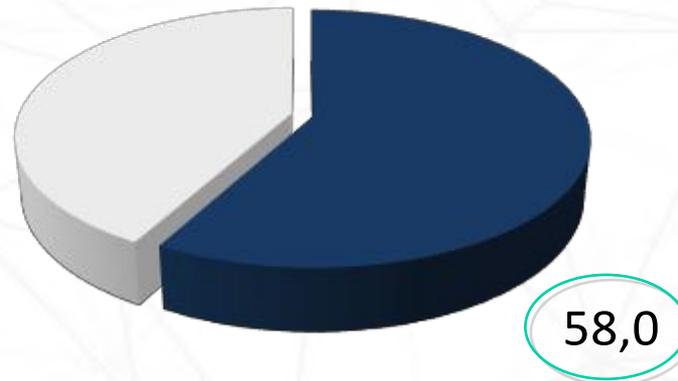
# fedeltà alla gioielleria

**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?**

**É 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

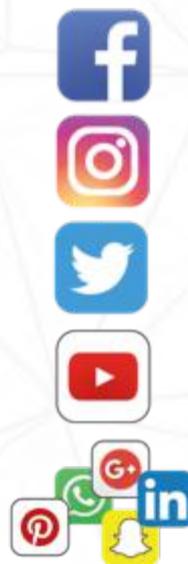
**94,1%**

**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)

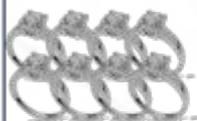
Ritengo che sia più efficace il contatto diretto con il consumatore

**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**

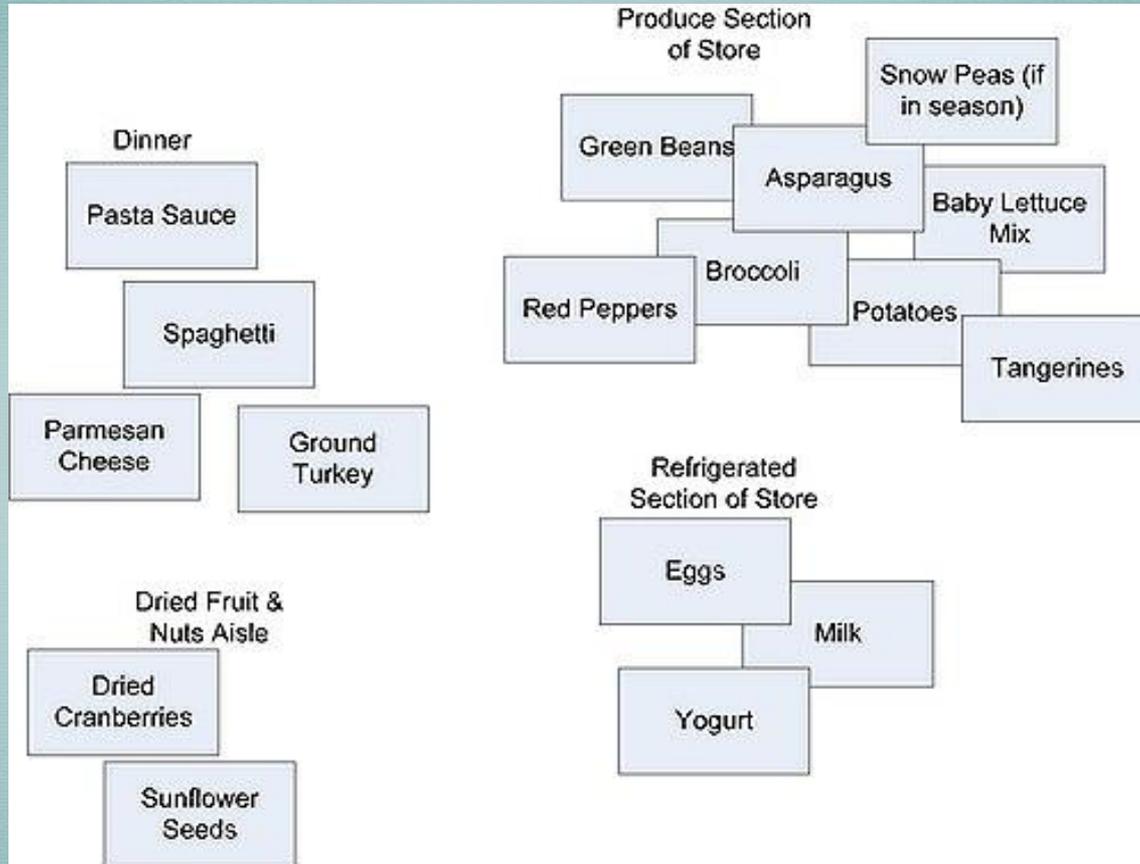
De Marchi Gianotti Gioielliere

[www.demarchigianotti.com](http://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**<sup>™</sup>  
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**<sup>™</sup>  
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**

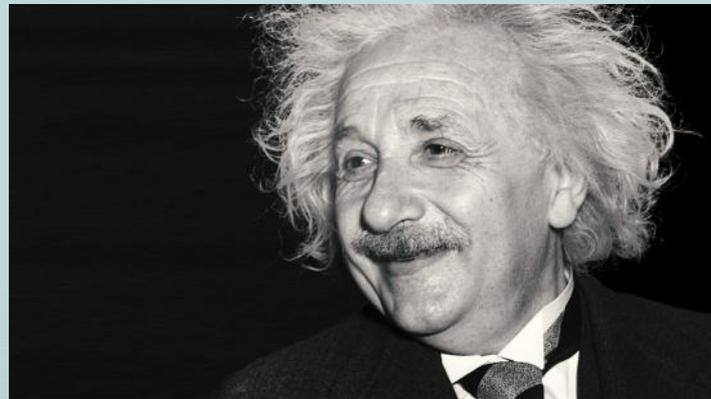
**DIAMALI**<sup>TM</sup>  
MANMADE DIAMONDS - HANDMADE JEWELLERY

  
**DeMARCHI GIANOTTI**  
GIOIELLERIE

**NALEVI**

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

*Albert Einstein*



Dott. Paolo Gianotti

**DIAMALI**<sup>™</sup>  
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](http://www.masstige.it)



**Pino Gianformaggio**  
**GIOIELLERIA**

---

**DAL 1959**

*E poi...*

## PERCHÈ MASSTIGE?

---





**IL PROGETTO**

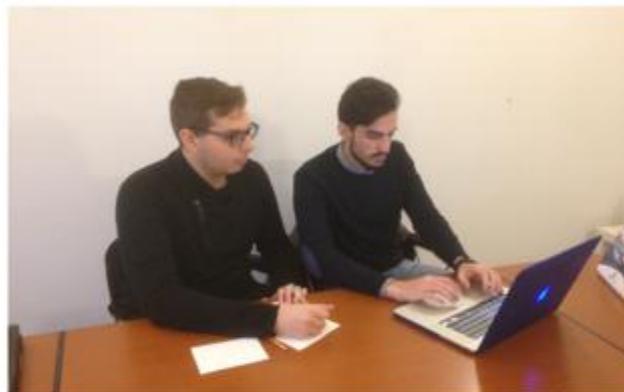
---



**masstige**



## IL TEAM



**SELFIE TEAM!**



## I BRAND

---





## I CORNER



HAMILTON



CALVIN KLEIN

TOUS



## LEAD GENERATION

**5000**  
MESSENGER



**2500**  
WHATSAPP



**1700**  
INSTAGRAM

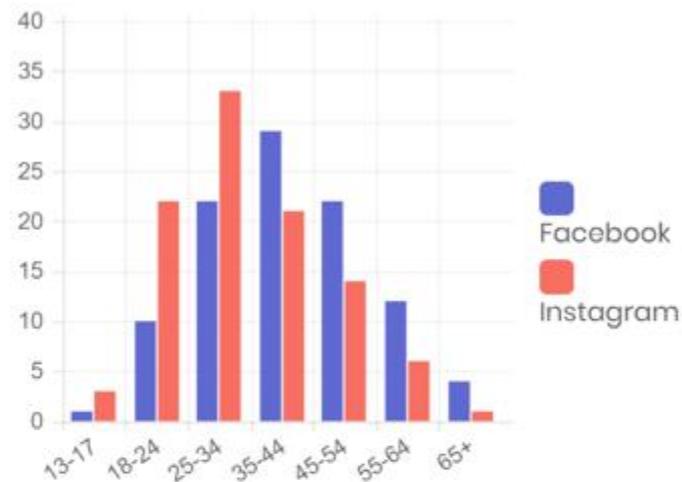
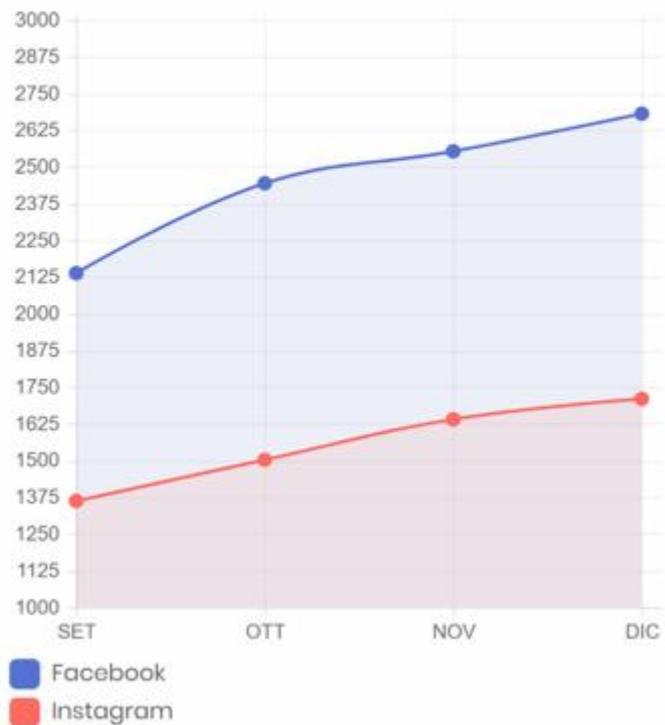
**2600**  
PAGINA FACEBOOK

**+11.000**  
**CONTATTI**

**SEMPRE IN CONTATTO**



## DATI SETTEMBRE - DICEMBRE 2017





WORK IN PROGRESS

---

