

Com. Dett. 02/2018

**DIGITALE – RIVOLUZIONE O EVOLUZIONE?
INIZIARE A PICCOLI PASSI, MA SUBITO.**

Gennaio 2018 - Federpreziosi Confcommercio e Italian Exhibition Group-IEG hanno fatto squadra con l'obiettivo di fornire strumenti idonei per vincere le sfide della rivoluzione digitale. Grande successo per i Digital Talks organizzati a VicenzaOro January 2018, dove esperti del mondo digitale e operatori si confrontano in maniera sempre più concreta sul tema dell'innovazione

“Con i Digital Talks appena conclusi a Vicenzaoro, ci auguriamo di aver introdotto qualche strumento in più quella ‘cassetta digitale degli attrezzi’ dedicata agli operatori del settore orafa che stiamo componendo grazie al supporto di operatori del mondo orafa, del settore moda e di massimi esperti di quello dell'on-line.” **Steven Tranquilli, Direttore di Federpreziosi Confcommercio**, esprime così soddisfazione per il successo della serie di incontri distribuiti nell'arco di tre giornate, giunta ormai alla terza edizione. “Un'occasione” sottolinea Steven Tranquilli “per acquisire nuove conoscenze, certo, ma anche per dare la possibilità a chi ha già da tempo intrapreso la strada del cambiamento di esporre le proprie esperienze in uno spirito di dialogo e costruttivo confronto.”

“Dopo due stagioni di incontri, il pubblico ci sembra più consapevole e maturo, segno che stiamo veramente camminando insieme” **sottolinea Giuseppe Aquilino, Presidente di Federpreziosi Confcommercio**. “Allo stesso modo, la collaborazione ormai ventennale con VicenzaOro nell'organizzare anche eventi di formazione è cresciuta nel tempo riuscendo a intercettare al meglio le esigenze degli operatori e fornendo spunti e conoscenze che sono alla base dell'evoluzione del settore”

Presentando gli incontri, **Marco Carniello e Davide Turatti**, rispettivamente **Division Director Jewellery & Fashion e Digital Marketing Manager di IEG**, hanno sottolineato l'importanza di questa iniziativa e il successo dell'ormai collaudato format, mettendo in particolare evidenza come nel 2017 si sia verificato il preannunciato superamento degli investimenti in advertising nel digitale rispetto a quelli televisivi con previsione di ulteriore crescita nel 2018. Investire nel digitale - non solo per la promozione, ma anche per lo sviluppo di processi, competenze, risorse e formazione - è oggi indispensabile: una grande opportunità, in un contesto sempre più competitivo, a patto di saperla cogliere.

Secondo una recente ricerca svolta dall'Osservatorio Federpreziosi Confcommercio, in collaborazione con **Format Research**, i cui dati sono stati presentati da **Steven Tranquilli**, oggi il 60% delle gioiellerie sono nel web, ma di queste ben il 68% ha ancora un 'sito vetrina'. Il 35% delle aziende che non hanno ancora affrontato la svolta digitale, giudica questo cambiamento - e le procedure necessarie per affrontarlo - troppo complicato, mentre addirittura il 32% lo ritiene 'svantaggioso'. Segno che il cammino da percorrere è ancora lungo.

Ad aprire gli incontri di **domenica 21 gennaio**, la testimonianza di due gioiellieri che hanno affrontato con successo la sfida dell'innovazione, ciascuno con una peculiare modalità e con scelte strategiche effettuate nel pieno rispetto della propria identità e caratteristiche aziendali.

Paolo Gianotti, della De Marchi Gianotti Gioiellerie di Aosta, ha posto l'accento sulla necessità di cambiare paradigma di pensiero, di modificare i cosiddetti 'modelli mentali': non è possibile affrontare nuovi territori attrezzati con vecchie mappe. E' importante fare attenzione non solo a come comunichiamo verso l'esterno, ma anche alle modalità di adattamento al nuovo e alle percezioni all'interno delle nostre aziende, accertandosi poi che vi sia coerenza tra immagine e brand identity interna ed esterna. Per quanto riguarda i Millennials, citare la disaffezione ai valori di marca, è oggi una lettura troppo superficiale, oltre che superata. Anche i giovanissimi seguono i brand, a patto che questi interpretino valori che riconoscono come tali.

Un tema, quello dei Millennials, ripreso da **Danilo Gianformaggio della Gioielleria Pino Gianformaggio di Trapani**, che ha presentato la sua personale case history "Partendo da una gioielleria più che tradizionale" racconta Gianformaggio "abbiamo dato vita a un nuovo concept store fisico, a cui abbiamo voluto attribuire una nuova denominazione Mastige, il cui significato riassume la nostra filosofia commerciale, connesso h24 e rivolto a un nuovo target; un ripensamento della relazione con i brand e un grande lavoro sulla lead generation, l'acquisizione di contatti: questi i punti focali della nostra strategia per affrontare la multicanalità".

A seguire, **Tommaso Uliana, Strategic Partner Manager di Google**, e **Fabio Aurelio di Axélero Training Academy Manager**, hanno fornito un quadro chiaro e sintetico delle opportunità e dei concreti passi da fare per lo sviluppo di un piano strategico efficace e adatto alle esigenze della propria realtà imprenditoriale, toccando i temi più caldi: dall'usabilità del sito web all'e-commerce, dal social media management all'e-mail marketing.

E-commerce e marketplace sono stati il focus della seconda giornata, **lunedì 22 gennaio**. Strategie e opportunità anche per le piccole imprese e gli artigiani, sono state ampiamente illustrate da **Francesco Semeraro, Made in Italy Manager di Amazon**.

Differente l'esperienza di **Luisaviaroma**, azienda fiorentina che ha saputo individuare nel digitale un vero strumento di competitività. **Nicola Antonelli, web project manager**, ha esposto in maniera esaustiva e dettagliata il processo di digitalizzazione dell'azienda in un'ottica di crescita a 'piccoli passi', con una logica di scalabilità sostenibile, opzione alla portata di tutte le aziende.

A seguire, il confronto si è esteso alle altre realtà del settore moda con interessanti interventi che hanno consentito di mettere in parallelo le differenti esperienze di Federpreziosi Confcommercio e Federazione Moda Italia Confcommercio, partendo proprio da rilevazioni dati effettuate relative alla 'salute digitale' di settori differenti ma che presentano, per molti versi, rilevanti affinità.

Massimo Torti, Segretario Generale di Federazione Moda Italia Confcommercio ha approfondito insieme a **Marco Andolfi, AD di disignum** un'innovativa, pluripremiata, piattaforma digitale, studiata appositamente per le piccole imprese, denominata **iNovaRetail**, attualmente dedicata alla vendita dei prodotti di moda attraverso la multicanalità. Una opportunità ed uno strumento per innovare profondamente anche l'esperienza d'acquisto nel negozio tradizionale, che consente di sviluppare l'integrazione con l'on-line non solo a beneficio del cliente, ma anche della gestione interna.

Il quadro generale sulle opportunità di vendita on-line è stato completato **martedì 23 gennaio** con l'intervento di **Federico Puccioni, Country Manager Italia, Cristina Covini, Marketing Manager Italia, Piero de Stefano, Esperto di Gioielleria di CATAWIKI**, che hanno approfondito modalità e vantaggi delle aste on-line.

A concludere il ciclo di incontri, la presentazione di **Marco Ziero** della **digital agency Moca**, che ha fornito utili aggiornamenti di metodo e strumenti per valutare il comportamento on-line dei consumatori quando effettuano un percorso d'acquisto su un sito web. Si tratta di analisi i cui risultati hanno importanti conseguenze per lo sviluppo e il miglioramento della presenza on-line, ma anche costi di cui è bene essere consapevoli per affrontare i cambiamenti: anche in questo caso, in un'ottica di crescita graduale e commisurata alle proprie risorse.

Per chi non ha avuto modo di seguire tutti o alcuni dei "digital talks" – trasmessi in diretta streaming - è possibile accedere ai video su YouTube.

21 gennaio 2018

<https://www.youtube.com/watch?v=XlkYhQ10li8&t=951s>

Steven Tranquilli – 0.05'21"

Paolo Gianotti – 0.11'17"

Danilo Gianformaggio – 0.31'28"

22 gennaio 2018

https://www.youtube.com/watch?v=H_iuepOm7pQ

Steven Tranquilli - apertura

Francesco Semeraro – 0.4'20"

Nicola Antonelli – 0.53'29"

Massimo Torti e Marco Andolfi – 1.48'00"

23 gennaio 2018

<https://www.youtube.com/watch?v=UAD-xLFH1Xg>

Catawiki – 0.02'03"

Moca – 0.29'35"

Ufficio Stampa Federpreziosi - Federazione Nazionale Imprese Orafe Gioielliere Argentiere Orologiaie

Studio EffeErre - Via F. Albani 58 - 20148 Milano - Tel. +39 0233001100 - Fax: +39 0233001914

E-mail: federpreziosi@studioeffeerre.com - www.studioeffeerre.com