



**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA

**FEDERPREZIOSI**  
FEDERAZIONE NAZIONALE DELLE IMPRESE  
ORAFE GIOIELLIERE ARGENTIERE OROLOGIAIE

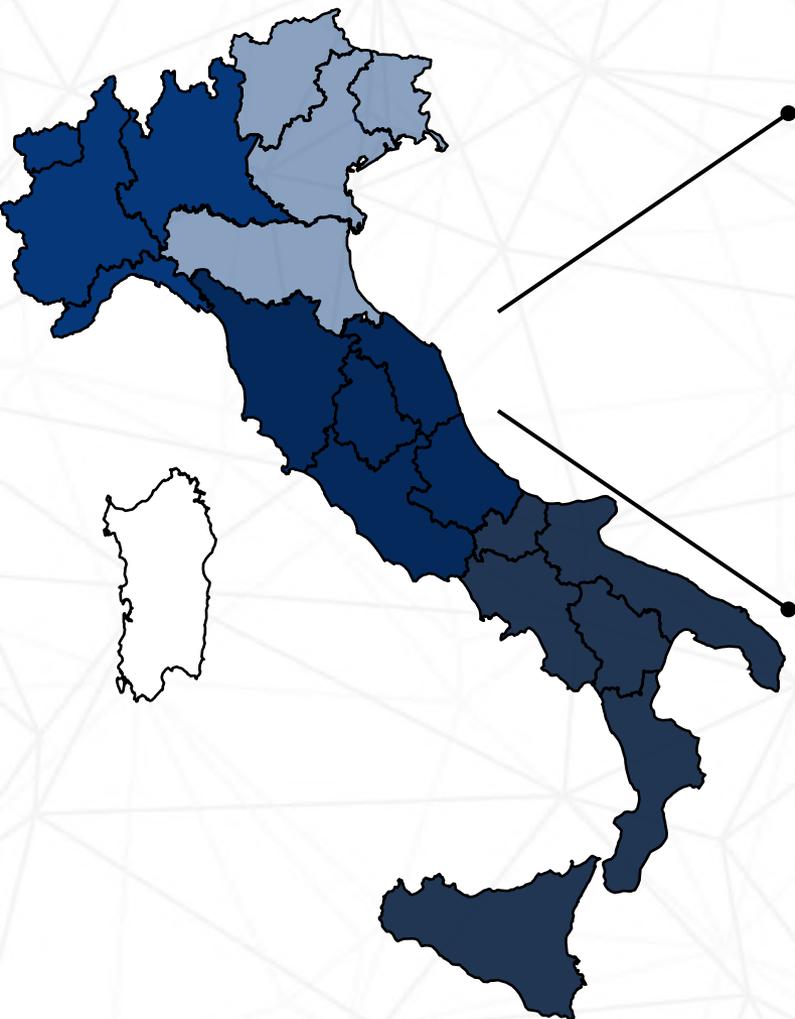


Quanto siamo **IMPRESA 4.0?**



**SCATTIAMO ASSIEME UNA FOTOGRAFIA DEL SETTORE**

# Numero di gioiellerie attive e numero di addetti



**Gioiellerie**

**15.008**

le gioiellerie attive



**Addetti delle gioiellerie**

**36.243**

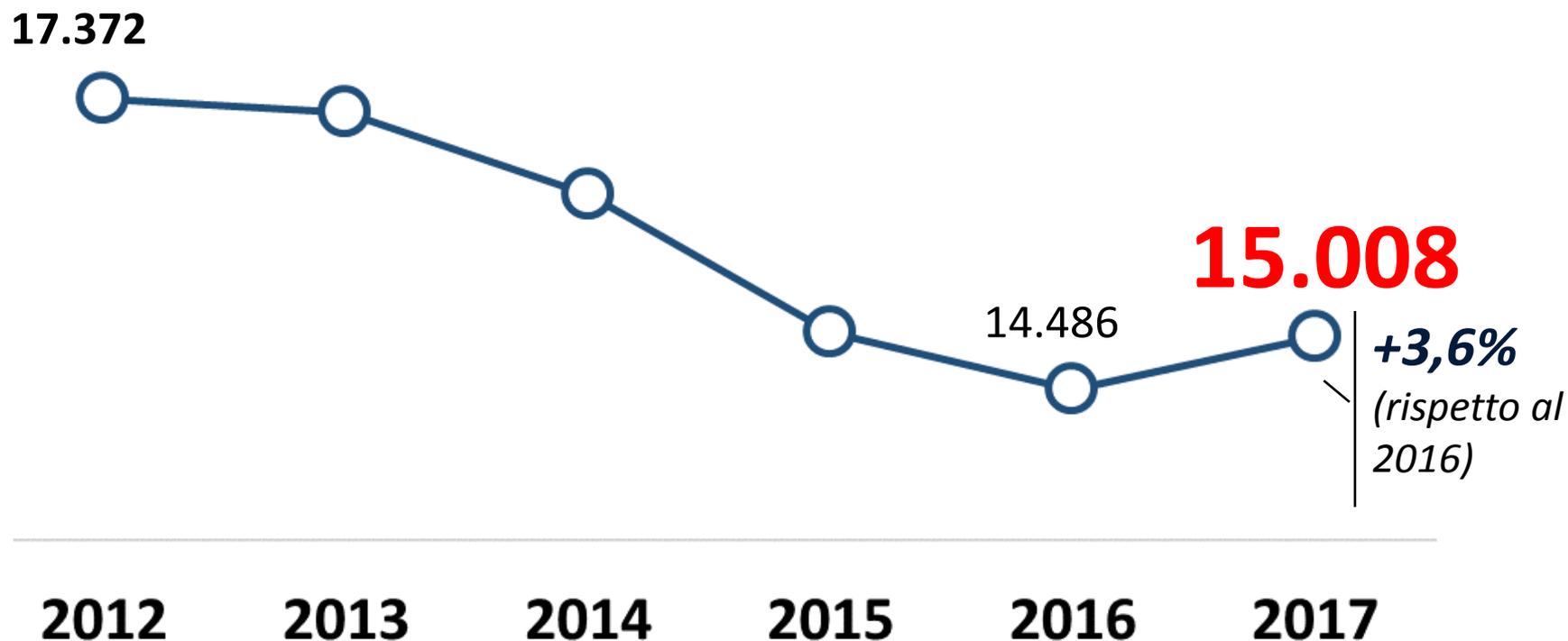
gli addetti delle gioiellerie

*Elaborazione Format Research Srl su dati Istat per Osservatorio Federpreziosi Confcommercio.*

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

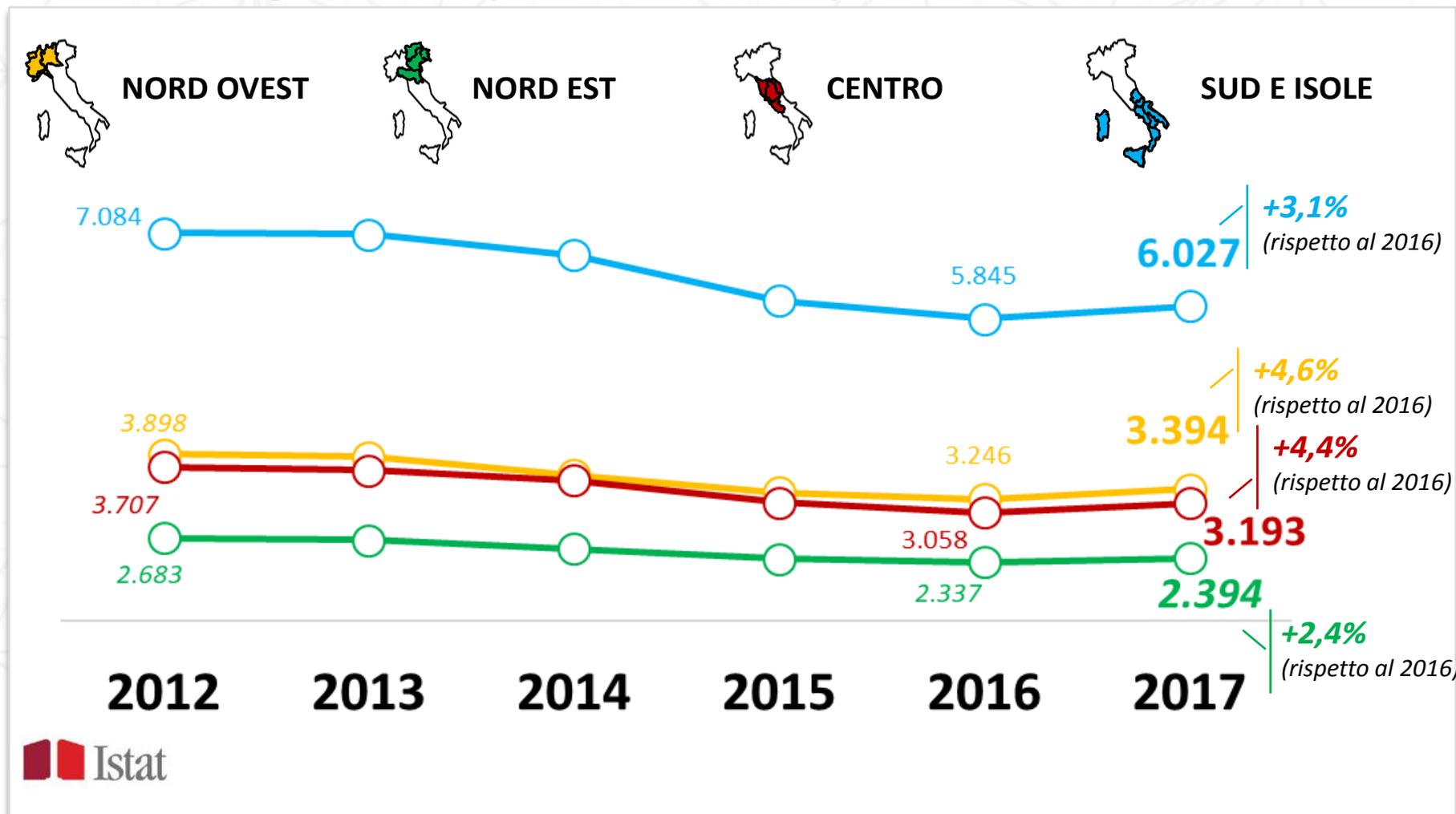


## Il numero di gioiellerie per anno in Italia





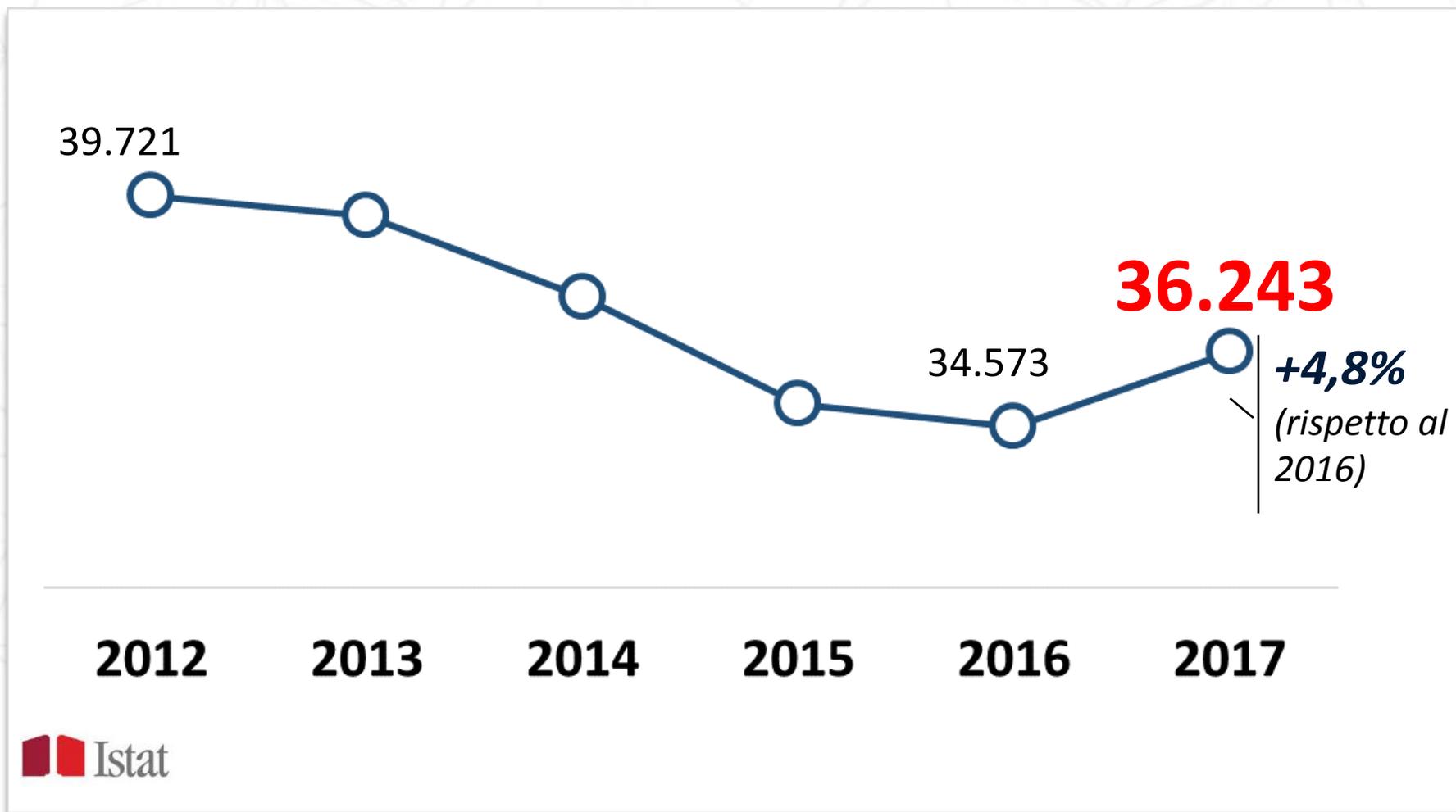
## Il numero di gioiellerie per anno divise per macroarea



## Il numero degli addetti delle gioiellerie per anno in Italia



Addetti delle  
gioiellerie



Istat

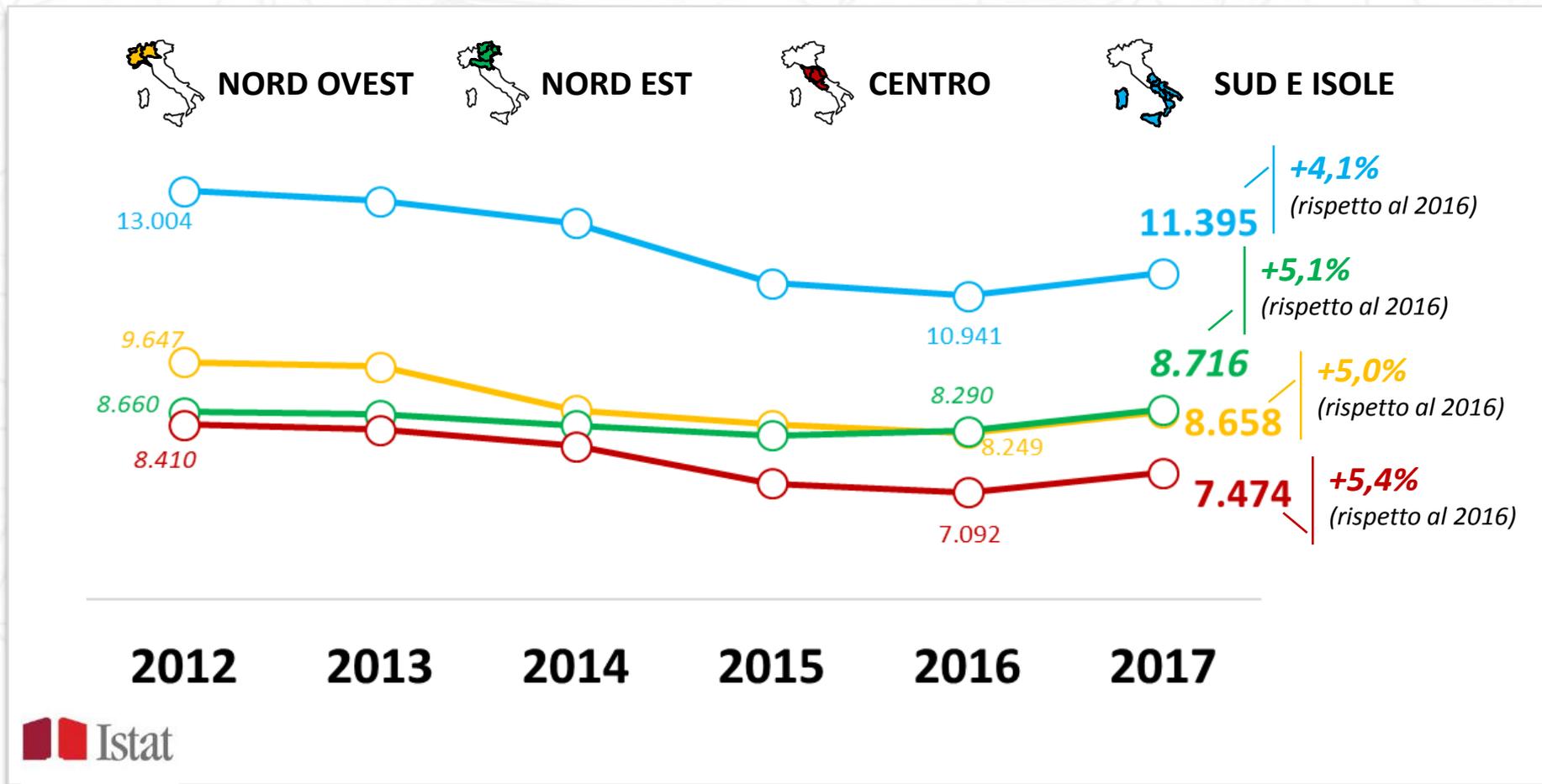
Elaborazione Format Research Srl su dati Istat per Osservatorio Federpreziosi Confcommercio.

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

# Il numero degli addetti delle gioiellerie per anno divisi per macroarea



## Addetti delle gioiellerie



Elaborazione Format Research Srl su dati Istat per Osservatorio Federpreziosi Confcommercio.

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



**Ecco perché mi piace venire da Tiffany:  
per l'atmosfera tranquilla e serena  
che si respira, non per i gioielli,  
sinceramente a me non piacciono  
i gioielli, ma solo i diamanti...**



**Audrey Hepburn**  
*dal film "Colazione da Tiffany"*

..... nell'immaginario dei nostri clienti è un posto speciale,  
raffinato, dove trovare competenza e professionalità

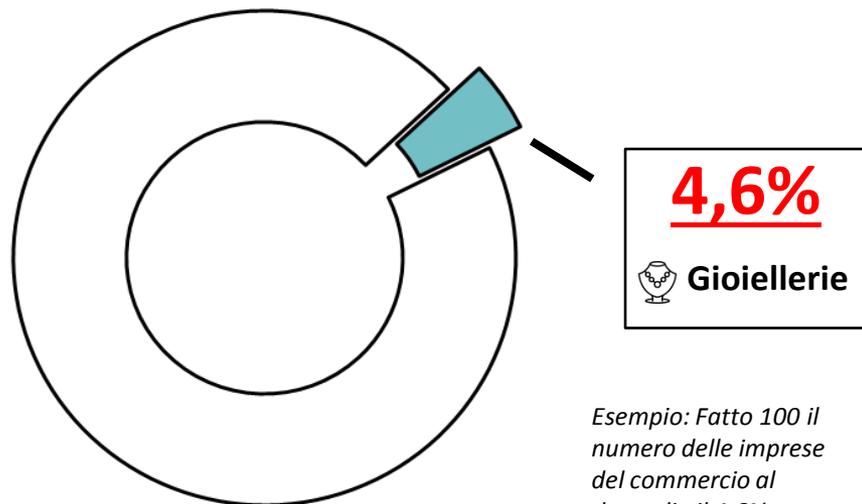
La gioielleria è...

Molto + Abbastanza...

|      |  |   |
|------|--|---|
| 88,3 | ... un posto per occasioni speciali                      | 😊 |
| 87,8 | ... un posto raffinato/elegante                          | 😊 |
| 85,7 | ... un luogo dove trovare competenza e professionalità   | 😊 |
| 85,5 | ... un posto bello/piacevole                             | 😊 |
| 75,7 | ... un ambiente accogliente e in cui mi sento a mio agio | 😊 |
| 52,2 | ... un posto dove mi sento speciale/importante           | 😊 |
| 46,6 | ... un posto dove potrei stare per ore a «curiosare»     | 😊 |
| 36,8 | ... un negozio qualsiasi/come gli altri                  | 😐 |
| 25,7 | ... un posto pieno di cose già viste                     | 😐 |
| 22,7 | ... un posto che mi fa sentire a disagio                 | 😞 |
| 14,3 | ... un posto che sa di vecchio                           | 😞 |

# Le gioiellerie a confronto con gli altri settori del commercio al dettaglio (dati nazionali)

Le imprese del commercio al dettaglio  
(valori %)

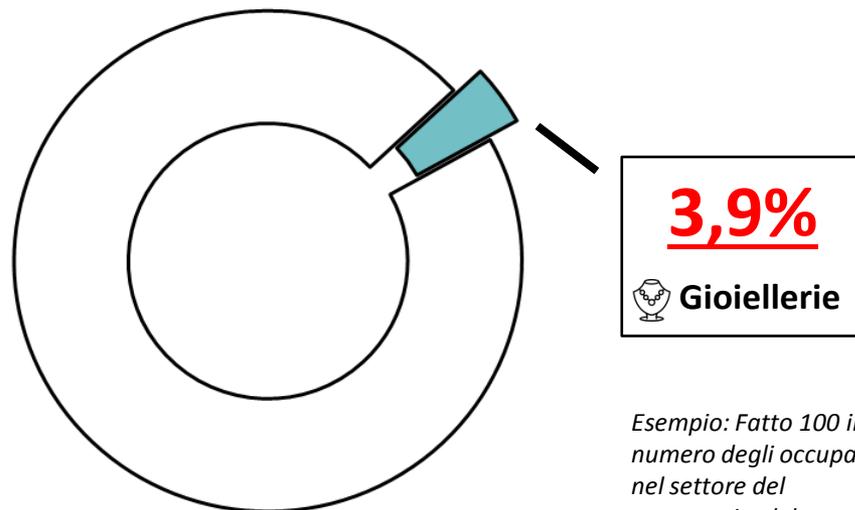


*Esempio: Fatto 100 il numero delle imprese del commercio al dettaglio il 4,6% sono gioiellerie....*

95,4%

 **Commercio al dettaglio\***

Occupati delle imprese del commercio al dettaglio (valori %)



*Esempio: Fatto 100 il numero degli occupati nel settore del commercio al dettaglio il 3,9% sono occupati nelle gioiellerie....*

96,1%

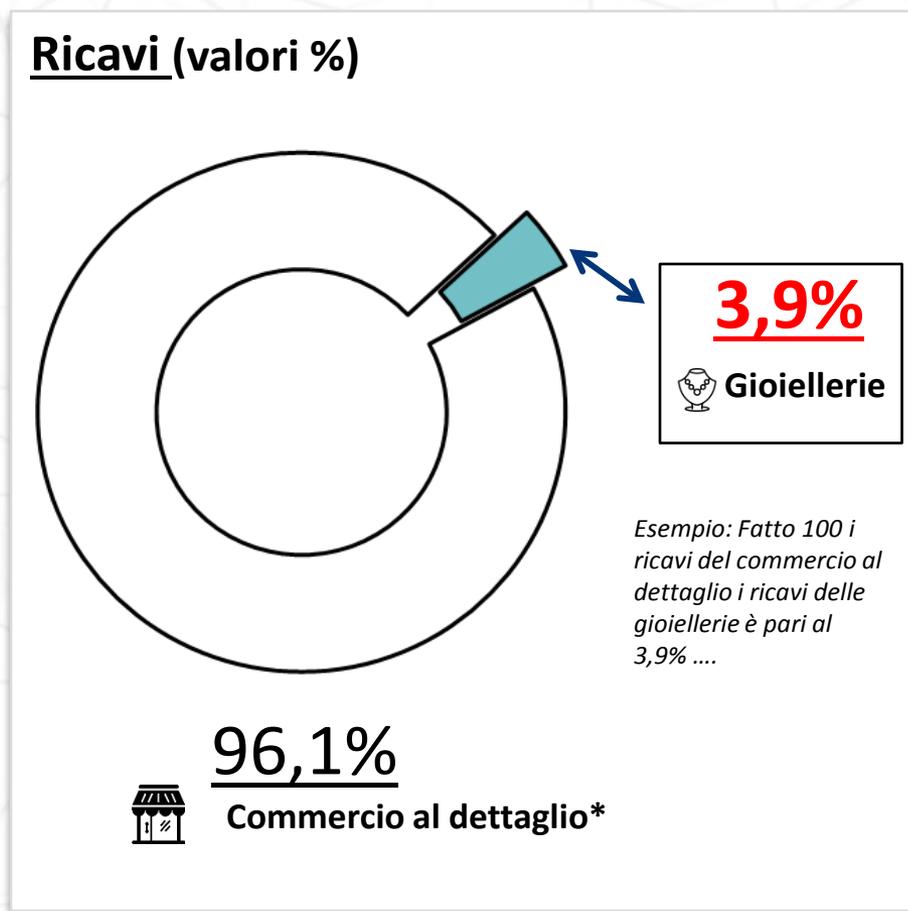
 **Commercio al dettaglio\***

Elaborazione Format Research Srl su dati Istat per Osservatorio Federpreziosi Confcommercio. (Commercio al dettaglio - Settembre 2018)

\*Commercio al dettaglio con esclusione di: prodotti non alimentari, carburanti, autoveicoli e commercio al dettaglio ambulante.

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

# Le gioiellerie a confronto con gli altri settori del commercio al dettaglio (dati nazionali)



Elaborazione Format Research Srl su dati Istat. (Commercio al dettaglio - Settembre 2018)

\*Commercio al dettaglio con esclusione di: prodotti non alimentari, carburanti, autoveicoli e commercio al dettaglio ambulante.

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

# Negli ultimi 18 mesi, per quali motivi si è recato in una gioielleria?

Per acquistare un gioiello per sé o per altri



Per riparare un gioiello



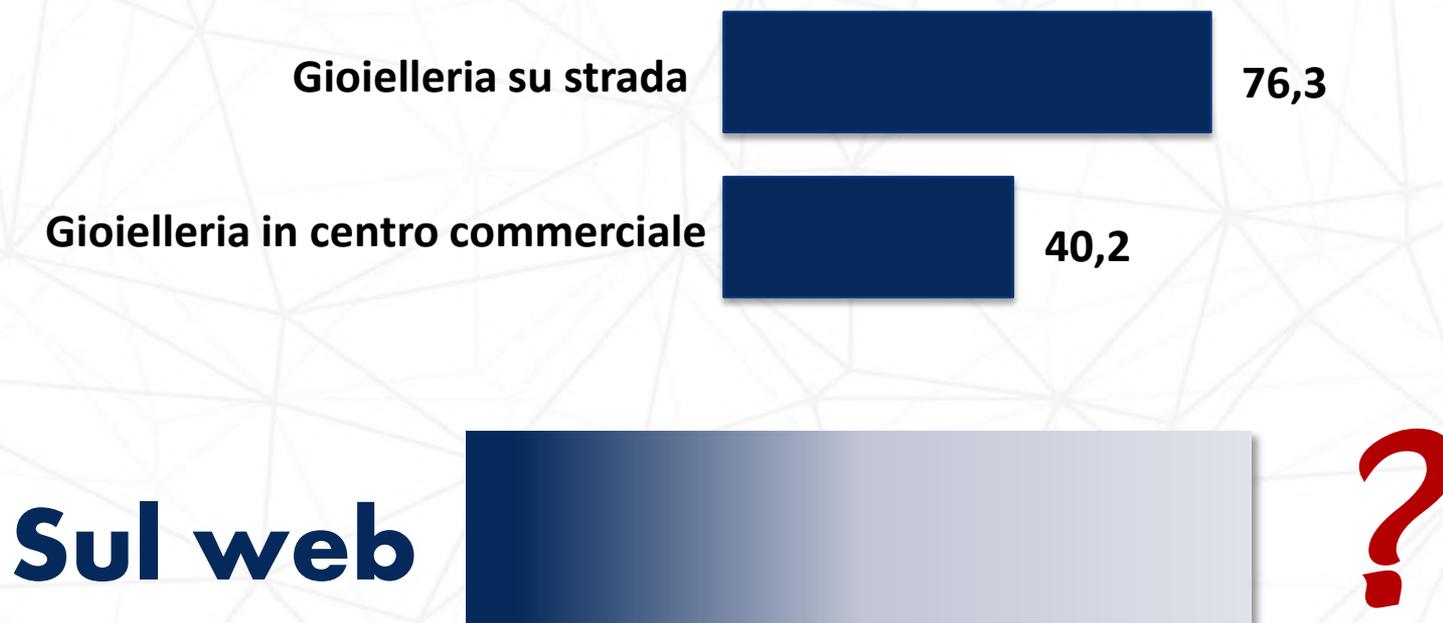
Per scegliere prima di acquistare online



Per valutare l'acquisto di un gioiello



## Dove ha acquistato gioielli, orologi e bijoux negli ultimi 18 mesi?





**Vetrina FISICA**

**VS**

**Vetrina VIRTUALE**



*La parola al retail.....*

**Quanto è importante oggi ...  
per una gioielleria proporsi anche online?**

**POCO IMPORTANTE (0-5)**

**MOLTO IMPORTANTE (6-10)**

**35,9**



**64,1**



*I dati accentuati...*



**Centro 41,7**



*I dati accentuati...*



**Nord Ovest 68,8**

Base campione: 426 casi. Imprese italiane del commercio al dettaglio di preziosi ed orologi.

# Perché è importante essere presenti anche online

Permette di raggiungere un numero maggiore di clienti

**78,8**



Nord Ovest **86,1**

Oggi i consumatori cercano sul web i prodotti e poi si recano anche nel punto vendita

**62,4**



Nord Ovest **70,9**

Permette di comunicare con i clienti direttamente e comprendere le esigenze

**55,8**



Sud e isole **59,8**

L'attività online potrebbe generare profitti anche alla distribuzione offline

**52,9**



Nord Ovest **58,9**

La gioielleria digitale è il futuro di ogni business

**51,6**



Nord Est **59,1**

Base campione: 285 casi. 64,1% Solo le gioiellerie che hanno indicato da 6 a 10 come livello di importanza. La somma delle risposte è superiore a 100 perché era possibile fornire più risposte.

# Perché non sono presente online?

Ritengo che sia più efficace il contatto diretto con il consumatore

**69,8**



Sud e isole

**73,9**

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

**62,1**



Sud e isole

**67,1**

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

**35,4**



Sud e isole

**48,2**

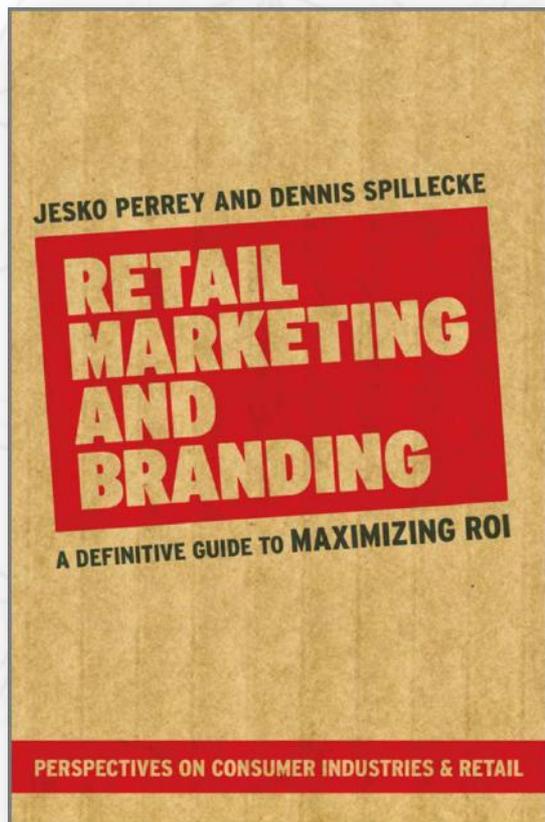
Proporsi online porta/porterebbe più svantaggi che vantaggi

**32,5**



Centro

**46,6**



**Se vuoi sopravvivere  
come negozio, non devi riflettere  
se online o offline.**

**Ma online e offline.**

**Jesko Perrey e Dennis Spillecke**  
*Retail marketing and branding.*  
*A definite guide to maximizing ROI*



## Dove i clienti acquistano i gioielli online....

SITI  
E-COMMERCE



**33%**

NEGOZI  
ONLINE DI UN  
BRAND NOTO



BREIL

*Cartier*

**19,4%**

SITO WEB  
DI UNA  
GIOIELLERIA  
TRADIZIONALE



**14,6%**

# Perché ha scelto di acquistare gioielli, orologi e bijoux su Internet

anziché recarsi ad acquistarli presso una gioielleria tradizionale?

MOTIVAZIONI  
ECONOMICHE  
PREZZO VANTAGGIOSO

**61,4**



MAGGIOR  
ASSORTIMENTO

27,1



ORARI  
SEMPRE  
DISPONIBILI

25,4



LA FACILITA' NEL  
TROVARE IL  
PRODOTTO  
DESIDERATO

30,2



POSSIBILITA' DI  
CERCARE  
RECENSIONI O  
COMMENTI

20,3



LA COMODITA'  
RISPETTO AL  
NEGOZIO  
TRADIZIONALE

25,6



PER IL  
CASHBACK\*

14,3

# Perché ha acquistato gioielli e preziosi presso un **NEGOZIO TRADIZIONALE**... e non on line?

**MANCANZA DI CONTATTO FISICO CON IL PRODOTTO**

**64,3**



**TIMORE DI RISCHIO TRUFFE**  
Mi fido ad inserire i miei dati online?

22,7



**MANCANZA DI GARANZIE**

17



**ATTIVITA' PIU' FREDDA RISPETTO AL CONTATTO UMANO CON IL GIOIELLIERE**

Mancanza relazione con il venditore

19,9



**DUBBI SULLA CORRISPONDENZA DEL PRODOTTO**  
Impossibilità verifica prodotto – timore di non poterlo restituire

9,6



**DUBBI SULLE CARATTERISTICHE DEL PRODOTTO CONSEGNA**  
Arriva integro o danneggiato?

18,7



**TEMPI DI CONSEGNA**  
Disponibilità immediata

1

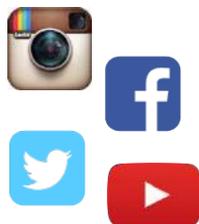
quali sono i mezzi più importanti attraverso i quali la gioielleria tradizionale può mantenere via web il contatto con il cliente *preservando la peculiarità della fiducia del rapporto personale?*

Chat/Assistenza online sul sito web



**40,5**

Offrire l'assistenza sui social network



**37,6**

Prenota online – da pc, smartphone, tablet e ritira in negozio



**14,5**

Area Riservata per ogni cliente



**11,0**

Servizio H24



**9,5**

Altri strumenti

**13,3**

**(su Internet) non basta  
esserci, ma è importante  
la qualità del servizio  
che si offre....**

**Alberto D'Ottavi**  
*Blogger e co-founder Blommig*



**Nel corso degli ultimi quattro anni le gioiellerie hanno reso sempre più attiva la loro presenza in rete, il 52,9% di esse svolge attività di e-commerce...**



## Serie storica delle gioiellerie nel mondo digitale



Gioiellerie con un sito web o un profilo sui social network

66,0

68,2



Gioiellerie che fanno attività di e-commerce

24,1

52,9

2015

2016

2017

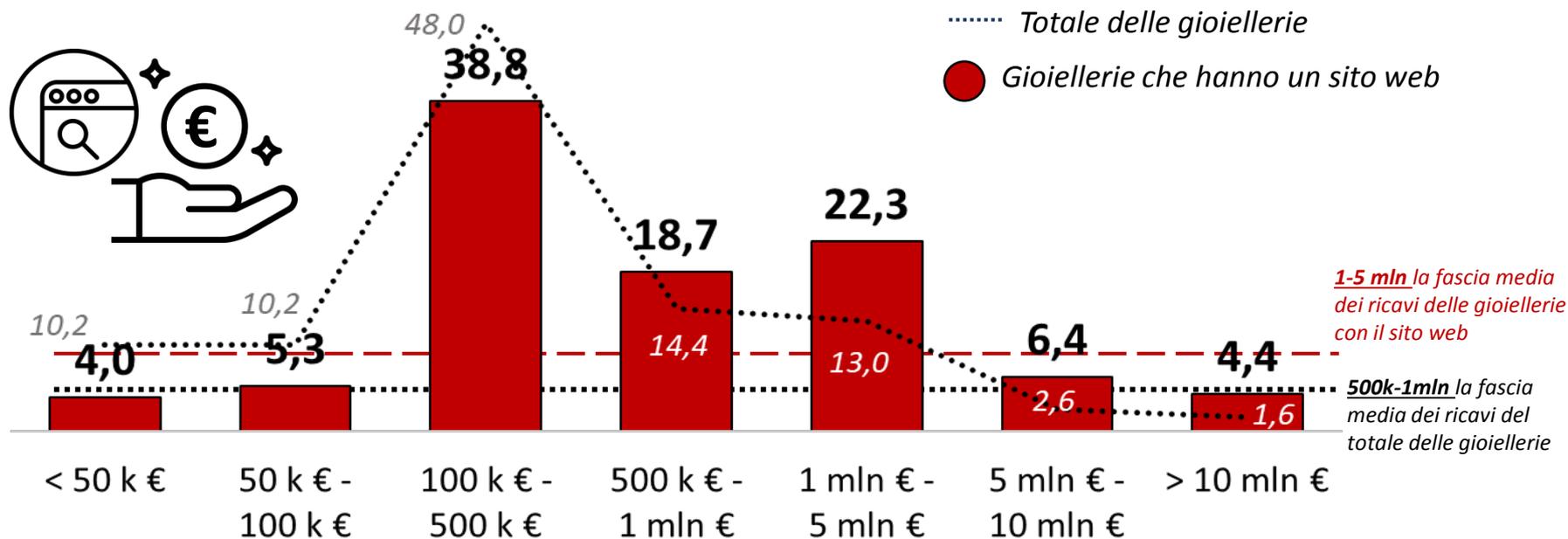
2018

# Tra le gioiellerie con un sito web il 4,4% delle imprese hanno ricavi che superano i 10 milioni di €



## Gioiellerie con un sito web

Distribuzione dei ricavi delle gioiellerie italiane che hanno un sito web...



Esempio: Fatto 100 il numero delle gioiellerie in Italia che hanno un sito web il 4,0% ha un ricavo inferiore ai 50 mila €...

Elaborazione Format Research Srl su dati Cribis.

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

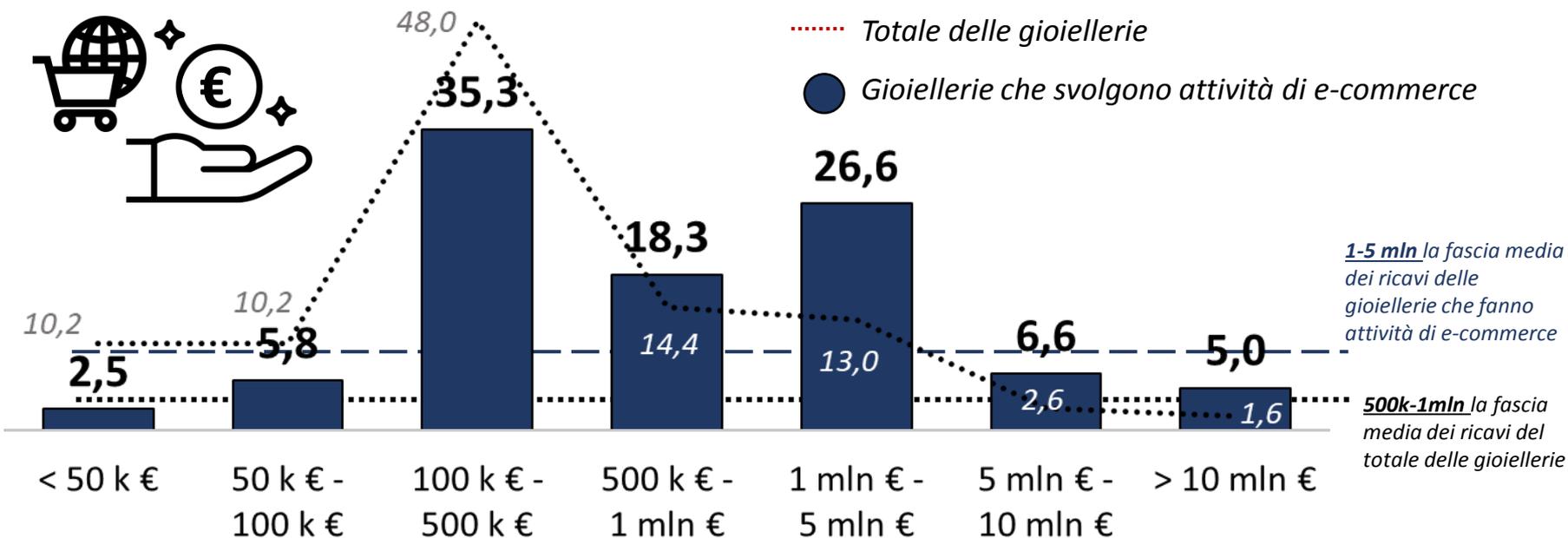


**Tra le gioiellerie che fanno e-commerce il 5% delle imprese hanno ricavi che superano i 10 milioni di €**



## Gioiellerie che fanno attività e-commerce

*Distribuzione dei ricavi delle gioiellerie italiane che fanno attività di e-commerce*



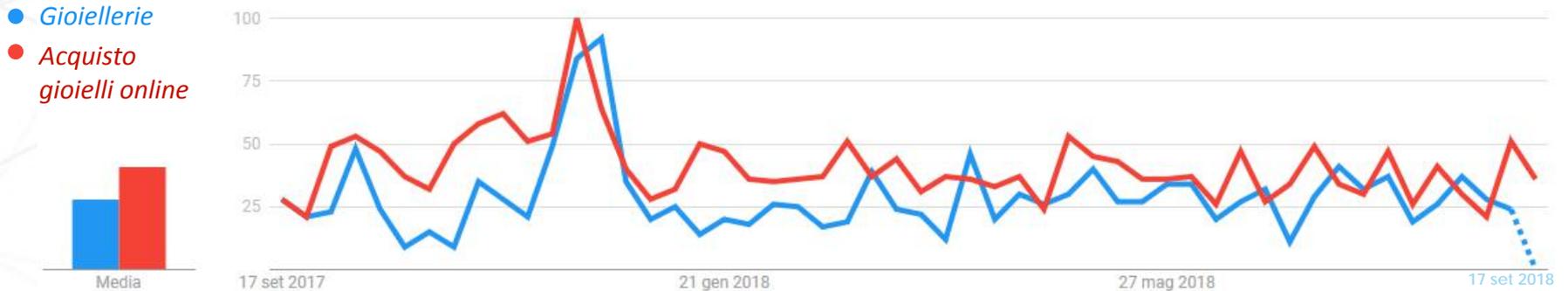
Esempio: Fatto 100 il numero delle gioiellerie in Italia che fanno attività di e-commerce il 2,5% ha un ricavo inferiore ai 50 mila €...

Elaborazione Format Research Srl su dati Cribis.

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

# Analisi di confronto online: Vetrina fisica e Vetrina virtuale della gioielleria

La ricerca online delle gioiellerie (come vetrina fisica e come vetrina virtuale) tramite gli analytics nel corso degli ultimi 12 mesi.



*Nota di lettura.* I punti delle curve rappresentano l'interesse di ricerca dei concetti (vetrina virtuale e vetrina fisica) in Italia negli ultimi 12 mesi. Il valore 100 indica la maggiore frequenza di ricerca del termine, 50 indica la metà delle ricerche. Un punteggio pari a 0, invece, indica che non sono stati rilevati dati sufficienti per il termine.

## La ricerca sul web delle gioiellerie

### Interesse per regione\*



Dall'analisi di **Web Listening** emerge che l'interesse di ricerca dei negozi fisici di gioielli è alto in prevalenza nelle regioni del Nord Ovest dell'Italia.

## La ricerca sul web per acquistare gioielli online

### Interesse per regione\*



Dall'analisi di **Web Listening** emerge che l'interesse di ricerca dei negozi online di gioielli è molto alto nella maggior parte delle regioni italiane.

\*L'intensità del colore rappresenta la percentuale di ricerche. Se sulla mappa non è evidenziata un'area geografica, non significa che non vi sia alcun interesse per quel termine di ricerca, è possibile infatti che, il termine sia utilizzato nell'area in questione, ma potrebbe essere più frequente in altre aree geografiche.

# La maggior parte delle recensioni dei clienti delle gioiellerie condivisi in rete sono volti ad elogiare la cordialità e la gentilezza del personale della gioielleria...

 «Personale gentilissimo e disponibilissimo! Spedizione super veloce! Spero il prima possibile di poter passare anche in negozio.»

 Cordialità e gentilezza

 «Vorrei condividere l'immensa professionalità, gentilezza, disponibilità, di chi segue la parte e-commerce»

 Professionalità

 «Spedizione veloce e confezione davvero accurata »



## “Professionalità e cortesia”

Ho fatto un acquisto online il mese di aprile usufruendo anche di uno sconto. Il ciondolo della Leggi il seguito



Recensito il 9 agosto 2018

 da dispositivo mobile

## “grande qualità e grande cortesia”

Ho acquistato online due pendenti con due orecchini abbinati in vetro di Murano. il primo acquisto Leggi il seguito



Recensito il 7 agosto 2018

 Velocità nella spedizione

 «Veramente una bella gioielleria. Piena di gioielli di marca a prezzi veramente convenienti»



Prezzi

«È sempre bello conoscere le persone che lavorano per il servizio/prodotto che si acquista e il negozio è bellissimo»



Bellezza del negozio

 «È stato piacevole anche ricevere un messaggio di ringraziamento scritto a mano»



Personalizzazione del servizio

 Esempio di recensioni estratte dalla rete che i clienti delle gioiellerie hanno condiviso negli ultimi 12 mesi

# La maggior parte dei contenuti condivisi in rete dalle gioiellerie evidenziano la peculiarità dei prodotti venduti...

«La perfezione è l'arte dei pretenziosi, l'imperfezione quella dei geni" Bracciale tennis, componibile con pietre preziose colorate di diverse tonalità a scelta...»



 Post sui prodotti in vendita

 Post pubblicitari

«Non ci credete? Venite a scoprirla nei nostri negozi: - sede storica di Palermo»



 Post su eventi del settore

«L'insegna per il nostro stand è pronta! Sarà impossibile non trovarci! Appuntamento domani...»



 Esempio di post estratti dalla rete che le gioiellerie hanno condiviso negli ultimi 12 mesi



«Da oggi potrai acquistare i tuoi gioielli direttamente sul nostro sito senza spese di spedizione.»



 Post di call to action

«Personalizza la tua collana o il tuo bracciale realizzati in Argento 925»



 Post su prodotti fatti a mano

«Fermatevi solo pochi secondi, e lasciatevi emozionare da un gioiello. Sono gioielli d'amore. Buon lunedì!»



 Post di auguri



**Un'azienda che non è presente in rete,  
nei social media è un'azienda  
che comunica la propria assenza**

**Guido Fraia**

*Social media marketing, Manuale di  
comunicazione aziendale 2.0*



**Il nuovo paradigma del dettaglio  
consiste in un approccio su più fronti  
che incrocia canali fisici e digitali  
che possono e devono funzionare  
in simbiosi  
*invece che in contraddizione***

**Roberto Ravazzoni**

*Ordinario dipartimento di Comunicazione ed Economia  
Università Modena e Reggio Emilia*