

OREFICERIA MADE IN ITALY

Rotte Europee



Confartigianato
Imprese VICENZA 1945 2025

SISTEMA OREFICERIA E GIOIELLERIA

24
25
SETTEMBRE

2025

ROTTI EUROPEE: DAL CANALE LUNGO AL CANALE CORTO

Come evolvere e rafforzare la competitività dell'oreficeria artigiana Made in Italy nei mercati europei

●●●● PERCHÉ NON BISOGNA AVERE PAURA DEL CAMBIAMENTO

Il valore della tradizione e la necessità di evolvere: Il Made in Italy resta un punto di forza, ma la vera minaccia è restare fermi mentre il mercato cambia.

Casi di successo: artigiani veneti e toscani che hanno creato brand innovativi, puntando su collezioni tematiche e storytelling.

Esempi: **Microfficina** (Firenze), **Ortica Boutique** (Toscana), **FOPE** (Vicenza). Quest'ultima azienda, in particolare, ha saputo trasformare la tradizione artigiana in un marchio internazionale, mantenendo la produzione in Veneto.



<https://www.microfficina.it>



<https://orticaboutique.com/it>



<https://www.fope.com/it>

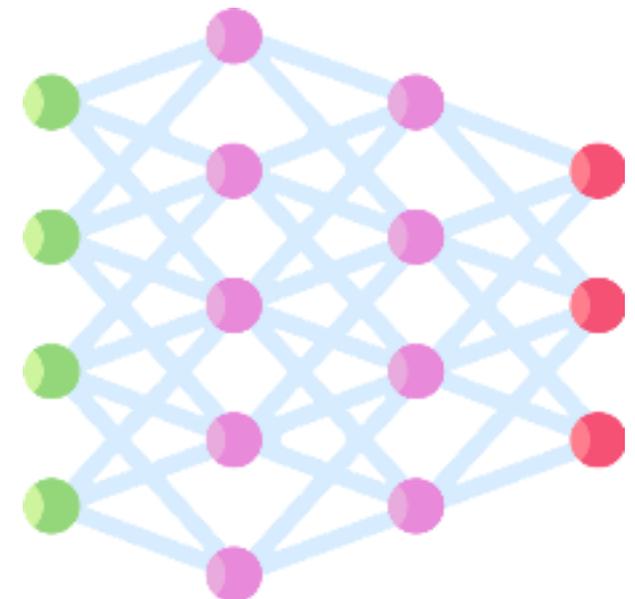
●●●● FARE RETE E CREARE SINERGIE

L'unione fa la forza: in Veneto operano circa 2.500 imprese orafe, di cui oltre 1.000 artigiane. Dal 2020 sono scomparse oltre 400 gioiellerie in Italia, ma le **reti d'impresa** stanno diventando una risposta strategica a questa evoluzione.

Confartigianato Veneto promuove reti d'impresa per **condividere risorse, centralizzare operazioni e rafforzare il brand collettivo**. Consorzi e piattaforme condivise aiutano le botteghe a competere su scala internazionale senza perdere identità.

Come si costruisce una rete efficace:

- Condivisione di **valori e obiettivi**;
- Narrazione collettiva: il **"Made in Italy"** come brand di filiera.



IDENTITÀ, BRANDING E LISTINO: COME SI COSTRUISCE UN'OFFERTA MODERNA

Trovare la propria **identità**: dal prodotto anonimo all'unicità del brand.

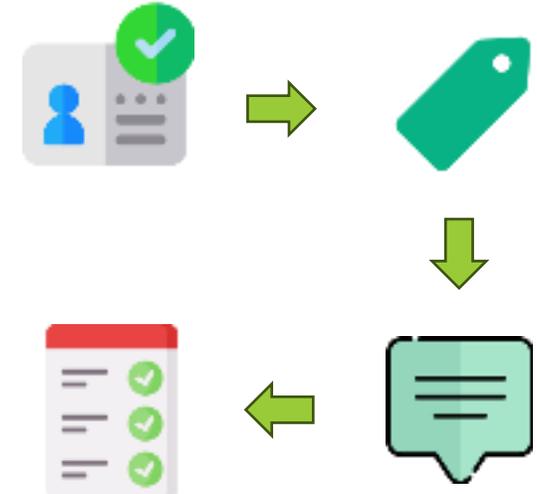
Nome, logo, packaging, presenza digitale coerente.

Raccontare la propria **storia** e i propri **valori**.

Organizzare l'**offerta**: listino chiaro e competitivo; collezioni tematiche, servizi aggiuntivi (personalizzazione, assistenza).

Esempi pratici:

- **Micro-brand italiani** come Atelier VM, Rue des Mille, Dodo, FerriFirenze, che hanno costruito community digitali e collezioni riconoscibili;
- **Marchi europei** come Baltic (Francia) e Zelos (UK) che vendono online in edizioni limitate, esaurite in pochi minuti.



https://www.dodojewels.com/it_it

ATELIER VM

<https://www.ateliervm.com/eu/it>

Rue des Mille

<https://ruedesmille.com/>



<https://zeloswatches.com/>

BALTIC

<https://baltic-watches.com/en>

FerriFirenze
MADE IN ITALY WITH LOVE

<https://ferrifirenze.com>



I NUOVI CANALI: RETAIL FISICO, DIGITALE, FIERE

Retail fisico: selezionare partner affidabili, puntare su esposizione e vendita assistita.

Digitale: e-commerce diretto e marketplace. In Italia l'e-commerce vale il 15% delle vendite, in UK e Germania il 20%. Social media e recensioni sono fondamentali per la reputazione.

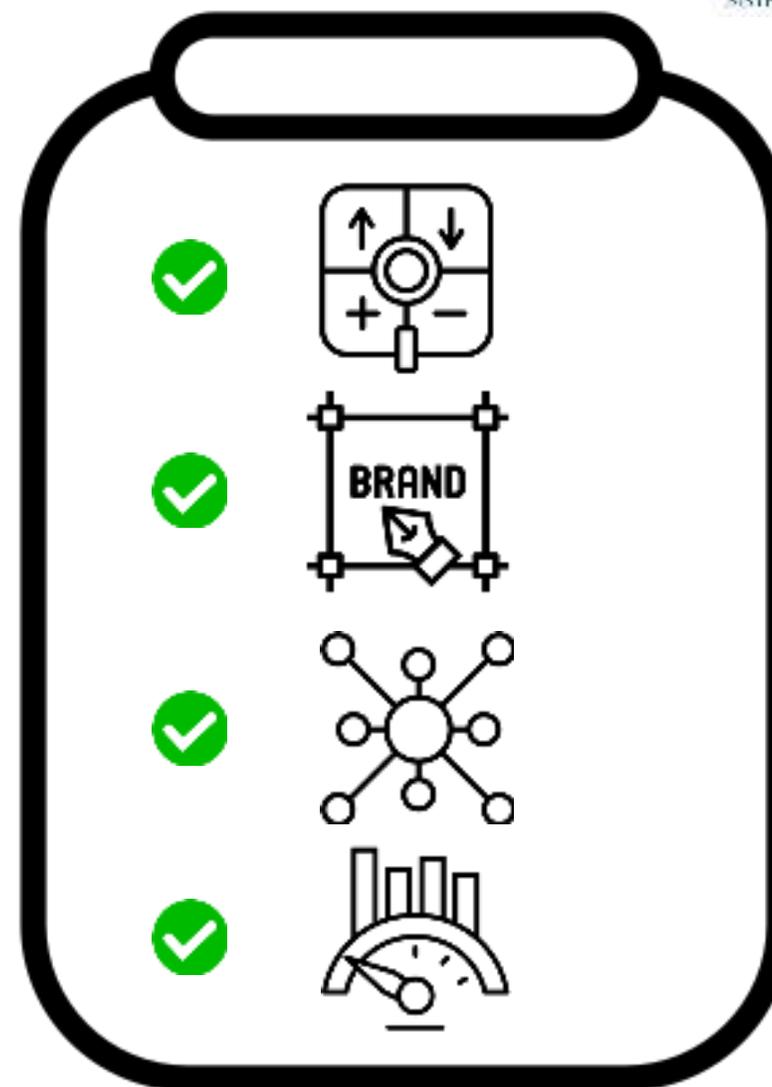
Fiere: Vicenzaoro è sempre più orientata al retail e al branding, con spazi per giovani designer e networking internazionale.



●●●● STRUMENTI PRATICI PER LA TRANSIZIONE

Check-list per il passaggio dal canale lungo al canale corto:

- Analisi dei punti di forza e debolezza;
- Scelta dei canali prioritari;
- Pianificazione di branding e comunicazione;
- Misurazione dei risultati: vendite, nuovi clienti, notorietà del brand.





CONCLUSIONE

Il cambiamento è una grande opportunità per l'artigianato orafa italiano. Chi saprà evolvere, fare rete e comunicare la propria unicità potrà non solo sopravvivere, ma crescere nei mercati europei.



SISTEMA OREFICERIA E GIOIELLERIA



ESERCITAZIONE PRATICA: «IL TUO MINI-BRAND IN 7 MOSSE»



●●●● ESERCITAZIONE PRATICA: «IL TUO MINI-BRAND IN 7 MOSSE»

Obiettivo: costruire le basi del proprio **micro-brand artigianale**, con **identità, valori, offerta e comunicazione coerente**.

◆ 1. Nome e identità

Domanda: Come si chiamerebbe il tuo brand?

Deve essere memorizzabile, coerente con te e non generico.

Può essere il tuo nome, un simbolo, una parola evocativa.

🔥 Scrivi 2-3 proposte di nome e scegli quella che ti rappresenta di più.



◆ 2. Valori e storia

Domanda: Quali sono i valori che vuoi trasmettere?

Tradizione? Innovazione? Sostenibilità? Spiritualità?

Qual è la tua storia personale come orafo?

🔥 Scrivi un breve testo (max 5 righe) che racconti chi sei e cosa ti guida.



●●●● ESERCITAZIONE PRATICA: «IL TUO MINI-BRAND IN 7 MOSSE»

◆ 3. Collezione tematica

Domanda: Qual è il tema della tua prima collezione?

Ispirazione: natura, città, simboli, emozioni, stagioni, arte, mitologia...

👉 Dai un nome alla collezione e descrivila in 3 righe.

◆ 4. Packaging e presentazione

Domanda: Come si presenta il tuo gioiello?

Che tipo di confezione? Che materiali? Che messaggio accompagna il prodotto?

👉 Disegna o descrivi il tuo packaging ideale.

◆ 5. Canali di vendita

Domanda: Dove vuoi vendere?

Online? In botteghe selezionate? In fiere? Su Instagram?

👉 Scegli 2 canali principali e spiega perché li hai scelti.



●●●● ESERCITAZIONE PRATICA: «IL TUO MINI-BRAND IN 7 MOSSE»

◆ 6. Logo e simbolo

Domanda: Quale simbolo rappresenta il tuo brand?
Una lettera? Un segno grafico? Un animale? Un oggetto?
👉 Fai uno schizzo o descrivilo a parole.



◆ 7. Frase-manifesto

Domanda: Qual è la frase che riassume il tuo brand?
Deve essere breve, ispirante, autentica.
👉 Scrivi la tua frase-manifesto (max 10 parole).





GRAZIE PER L'ATTENZIONE



info@yoodata.it



www.yoodata.it



yoodata