

COMUNICATO STAMPA

Da negoziante a curatore: il nuovo volto del retail del gioiello

Milano, 24 ottobre 2025 - Curiosità, dialogo, proattività, accettazione del cambiamento, valorizzazione delle tradizioni locali, personalizzazione, esperienza, sensorialità. Queste sono solo alcune delle parole chiave emerse nel corso della presentazione della ricerca "RMG - Retail multi-brand del gioiello", organizzata da Club degli Orafi Italia con la collaborazione di AOL - Associazione Orafa Lombarda, Federorafi Confindustria, Federpreziosi Confcommercio, con il supporto di Intesa Sanpaolo, Unoaerre Industries SpA e de' Nobili.

"Il mondo è cambiato, i contesti sono cambiati, come anche i comportamenti d'acquisto e i bisogni del cliente. Dietro suggerimento del nostro Socio Candido Operti e con l'attenta supervisione di Claudio de' Nobili, abbiamo voluto commissionare un'indagine sociologica sul mondo del retail orafo-gioielliero" - spiega il Presidente del Club degli Orafi Italia Maria Cristina Squarcialupi - "Un lavoro lungo e approfondito che ha coinvolto centinaia di gioiellerie e loro clienti, per andare oltre i numeri e arrivare al cuore e alle emozioni che spingono all'acquisto, e per analizzare le pulsioni più o meno inconscie, ma difficili da intercettare, che spingono le persone ad acquistare in gioielleria."

"Certo, se qualcuno si aspettava una ricetta facile e uguale per tutti sarà rimasto deluso" - continua il Presidente Squarcialupi - "Il lavoro ha fatto emergere una grande quantità di stimoli che devono però essere calati nelle singole e specifiche realtà."

I lavori si sono aperti con il benvenuto di Pantaleo Cucinotta, Responsabile Corporate Solutions della Divisione IMI CIB di Intesa Sanpaolo, che ha ricordato la partnership tra la Banca e Club degli Orafi Italia che proprio quest'anno festeggia il ventennale e che vede le due organizzazioni impegnate in un lavoro di analisi qualitativa e quantitativa del comparto dal grande valore strategico per le Aziende.

Si è quindi passati agli interventi di Marco Petroni, Professore dell'Accademia di Belle Arti di Napoli, autore della ricerca, e Alba Cappellieri, Head of Jewellery del Politecnico di Milano, che si sono soffermati sul nuovo panorama sociologico del retail multi - brand e sulle nuove geografie del gioiello, evidenziando l'evoluzione attesa del ruolo del gioielliere: da negoziante, a curatore e storyteller. Claudio de' Nobili ha successivamente spiegato le motivazioni alla base della ricerca e come gli esiti di questa possano essere applicati dai retailer.

La tavola rotonda ha visto un confronto serrato e appassionante tra produttori e negozianti, rappresentati rispettivamente da Maria Cristina Squarcialupi, anche Presidente di Unoaerre Industries e Vice Presidente

Federorafi Confindustria, e da Stefano Andreis, Amministratore Delegato di Gioielleria San Marco di Rovereto (TN) e Presidente di Federpreziosi Confcommercio. Il dialogo ha visto emergere spunti utili a entrambe le categorie per massimizzare il valore del dialogo e dello scambio reciproco tra chi i gioielli li produce e chi li deve presentare alla clientela, nella logica della massimizzazione del valore per l'intera filiera.

Il pomeriggio si è concluso con una partecipatissima sessione di domande e di coinvolgimento attivo del pubblico presente in sala, che ha sfruttato al massimo la presenza contemporanea in sala delle diverse parti del settore, e ha permesso di evidenziare i desideri e le richieste reciproche tra produttori e retailer.

A latere dell'evento si sono svolte le premiazioni dei retailer che hanno maggiormente coinvolto la loro clientela nella compilazione del questionario alla base della ricerca: per le Aziende Socie il Presidente Squarcialupi ha premiato Claudio de' Nobili, in rappresentanza della Maurizio de' Nobili, di Napoli, e per le Aziende non associate la Panarese Gioielli di Muro Leccese (LE).

I dialoghi iniziati in sala sono poi proseguiti nel corso del networking cocktail conclusivo.

“Siamo estremamente soddisfatti per gli esiti dell'incontro”, ha concluso Maria Cristina Squarcialupi, “che ha dimostrato come lo scambio tra i vari anelli della filiera sia non solo auspicabile, ma indispensabile e, soprattutto, atteso da tutti, e che solo sedendosi insieme e aprendosi all'ascolto attivo si può superare insieme nel migliore dei modi il momento di incertezza e di nuovi scenari che stiamo vivendo. Il Club degli Orazi si conferma una fucina di cultura e di confronto per il comparto.”

La pubblicazione è scaricabile in formato digitale all'indirizzo: <https://www.clubdegliorafi.org/ricerca-retail-multi-brand-del-gioiello-presentata-durante-il-convegno-del-22-ottobre-2025-il-gioiello-oltre-la-vetrina-nuove-esperienze-di-retail/>

Per ulteriori informazioni:

Club degli Orazi Italia – info@clubdegliorafi.org

Tel: +39 02 76008478 - M: +39 366 8789555