



# IL GIOIELLO: STORIA E COMUNICAZIONE

Tradizione e innovazione si tendono la mano  
per una comunicazione di successo

Case study: Say What? per Chimento

Nadia Durigon

# IL GIOIELLO

*DA SEMPRE, CON SIGNIFICATI DI VARIA NATURA, INTERFACCIATO CON ARTI E SAPERI*

## INIZI...

- ✓ **Preistoria:** primi manufatti
  - ✓ **Paleolitico Superiore:** tecniche di intaglio e decorazione
  - ✓ **Età del Rame:** metalli preziosi
  - ✓ **Età del Bronzo:** nascita artigianato specializzato
- Rivoluzione nella lavorazione gioiello:** artigiani iranici, mesopotamici, egiziani e siro-palestinesi diedero vita a tecniche orafe come la filigrana, l'incisione o la granulazione

## SIGNIFICATI

- ✓ **Indossare un prezioso:** oggi automatismo
- ✓ **Valore degli oggetti:** significati di cui investiti, portafortuna, magico, propiziatorio...  
...auleti per proteggersi o ricevere poteri soprannaturali
- ✓ **Importanti riti:** venerazione Dei e commemorazione defunti
- ✓ **Veicoli diffusione del gusto:** circolazione monili  
come doni nuziali e diplomatici

## ARTE E MODA

### ARTE

L'oreficeria ha sempre seguito stili e mode dell'arte

### MODA

Fusione quando la professione del gioielliere si slega dalla produzione di oggetti sacri e ornamenti reali



**Volontà di abbinare gioielli e abiti  
ricerca parallelismo stili, gusti ed evoluzioni  
tra arti  
e tra arti e persone**

- ✓ Creazione nuove professioni e corporazioni
- ✓ Contaminazione arti nelle botteghe orafe



# IL GIOIELLO: OGGI



## Vicenza 1964

- ✓ **Vicenza:** capitale dell'oreficeria - fiere di settore e produzione orafa dalle antiche origini
- ✓ **Crisi economica:** non soccombere ai grandi gruppi ma rilanciare azienda consolidando ruolo di protagonista del brand nel settore dei gioielli di lusso del Made in Italy
- ✓ **Rilancio:** mercato tende alla positività  
& sguardo al futuro con flessibilità e apertura verso giovani e tecnologia

## INTERNET

- ✓ **I brand familiari devono trovare strategie per competere con marchi che vendono online**
  - Insufficienti:* bel design & nuove idee
  - Occorre:* trasmettere cultura professionale ed etica dietro ai prodotti
- ✓ **Piccole aziende – Prodotto customizzato:** valorizza creatività, innovazione, stile e qualità
  - Insufficiente:* mestiere del saper fare
  - Occorre:* vendere con approccio diverso al consumatore
- ✓ **Continuità & cambiamento per futuro brillante**
  - Comunicazione settore orafa:* personale e relazione diretta con cliente
  - Occorre:* un nuovo stile



# SAY WHAT? PER CHIMENTO

## ANALISI

### Brand & Comunicazione

- ✓ Sito web e profili social
- ✓ Valutazione quali-quantitativa rassegna stampa
- ✓ Audit media



Brand poco conosciuto  
e difficilmente posizionato nel mercato

### Caratteri della Maison

- ✓ Manifattura artigianale
- ✓ Creatività
- ✓ Estetica contemporanea
- ✓ Stile elegante
- ✓ Volontà di tramandare il sapere della tradizione orafa italiana

### Ma

- ✓ No azioni concrete
- ✓ Pubblico poco coinvolto
- ✓ Unicità gioello non valorizzata

## RISULTATI

## STRATEGIA

### Ri-costruzione

Personalità del brand & Posizionamento

Per intercettazione ampio pubblico  
attraverso tutti i canali di comunicazione

### Parole chiave per definizione PR angles

Sogno

Arte

Oro

Maestria

Eleganza



# TRADIZIONE, ARTIGIANI E DESIGNER

## L'ORO CHIMENTO ILLUMINA LA FASHION WEEK

Cocktail prezioso  
in boutique

Interviste ai designer  
e al management  
per dare voce  
all'essenza delle creazioni



*PAROLA AI  
GIOIELLI*

## DIVA PER UN GIORNO

#divaperungiorno

Evento social aperto al pubblico:

Le donne indossano i gioielli Chimento condividendo gli scatti sui loro profili social con gli hashtag dedicati



# TRADIZIONE, ARTIGIANI E DESIGNER

## LA NASCITA DI UN CAPOLAVORO

### Press trip @ Chimento

Comunicare tradizione e storia

&

Maestria e artigianalità mastri gioiellieri



## LA RUBRICA CHIMENTO

### Designer come voce narrante

Raccontare 4 gioielli  
emblema della maison in una  
favola in cui la creazione del  
monile è strumento per  
emozionare

*MADE  
IN  
ITALY*



# LE COLLEZIONI

## L'ORO ITALIANO



Classe  
stile  
cura dei dettagli

&

Uso del colore  
&  
luce e forma



Gioielli  
unici

LANCIO  
COLLEZIONI

## UNA DONNA, UN'EMOZIONE

Un Chimento per ogni donna  
Aumento Brand Awareness

&

Focus versatilità monili



## IL CALENDARIO DEI DESIDERI

Chimento come oggetto del desiderio di ogni donna

Natale, San Valentino, Festa della Mamma, Laurea, Matrimonio, Fidanzamento, Giornata dell'Amicizia

Aumento Brand Awareness & Focus versatilità monili



# L'ANIMA DEL TERRITORIO IN UN GIOIELLO

Collezioni significative  
&  
Simboli regionali

Otto emblemi del Veneto con  
caratteri che si sposano ai preziosi  
Chimento



**ARMILLAS**

*La materia  
che si plasma*

**L'ARENA DI VERONA**



**GRAN TEATRO LA FENICE**



**INFINITY**

*Preziosi  
senza tempo*



# L'ANIMA DEL TERRITORIO IN UN GIOIELLO

## STARDUST

*Raffinati  
e dal design  
forte e deciso*



MOSTRA DEL CINEMA



## CUORI

*Essenza  
romantica*



VERONA



## BAMBOO

*La natura  
che diventa  
glamour*



CORTINA D'AMPEZZO



# L'ANIMA DEL TERRITORIO IN UN GIOIELLO

## DOUBLE

*Doppia  
anima*



## STRETCH

*Grintosi e raffinati*



MAROSTICA



IL PROSECCO



**Brand  
&  
Territorio**

Bellezze da vedere,  
visitare e indossare



# DIGITAL PR

Veronica Ferraro, Chiara Nasti, Chiara Biasi

COLLABORAZIONI  
FASHION BLOGGERS

## I SEGRETI PER BRILLARE

- ✓ I gioielli Chimento diventano **protagonisti dei red carpet** @ *Festival di Cannes & Festival del Cinema di Venezia*
- ✓ **How to:** come brillare nelle occasioni speciali

## UN GIORNO CON CHIMENTO

Creazione di **3 outfit**: business, cocktail e sporty, che evidenziano la **versatilità** dei **gioielli** Chimento.



## UN RACCONTO DI EMOZIONI

4 happening

Quadrilatero della moda

Maestria → Sarto

Arte → Fotografo

Sogno → Bambino

Eleganza → Farfalle ginnastica  
ritmica

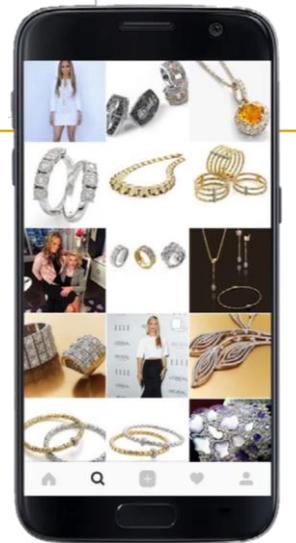
Video emozionale

Canali social & web site brand

Valori Chimento



Passaparola





GRAZIE PER L'ATTENZIONE

Nadia Durigon