Mer 21 Ott, 2020

CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE “THE EXTRAORDINARY ITALIAN JEWELRY“

Il Programma Promozionale di ICE-Agenzia prevede la realizzazione di campagne di promozione strategica in mercati rilevanti e in tale contesto, l’Ufficio ICE di Houston intende avviare una campagna di comunicazione a supporto di The Extraordinary Italian Jewelry, progetto promozionale realizzato da Agenzia ICE in collaborazione con Confindustria Federorafi dal 2015, a supporto della gioielleria e oreficeria italiana sul mercato statunitense.

Perché partecipare:

Gli Stati Uniti rappresentano da sempre uno dei mercati piu’ importanti per la gioielleria e bigiotteria italiana, in quanto gli USA sono il secondo paese per le esportazioni italiane.

Il 2019 è stato l'anno record per le esportazioni italiane verso gli USA dell'ultimo triennio ammontate a ca. 1.5 miliardi di dollari, e, ancora una volta, i prodotti in platino sono cresciuti di popolarità,

registrando un incremento positivo del 58.9% rispetto al 2018 pari a $392 milioni USD. A livello di quota di mercato negli Stati Uniti continua la moderata, ma costante crescita positiva dell'Italia , che si piazza in 11^ posizione pari al 2.67% , leggermente in rialzo rispetto al 2018.

Nel periodo gennaio – agosto 2020, a causa della crisi pandemica per il COVID-19, le importazioni statunitensi di gioielleria/oreficeria (HS7113) sono diminuite del 32.0%. Anche l'import dall'Italia ha subito un decremento del 12,5%, inferiore comunque alla media generale, mentre performance positive sono state evidenziate nell'export italiano di prodotti in argento e platino.

Il Progetto "The Extraordinary Italian Jewelry" nasce nel 2015 con l'obiettivo di supportare le iniziative promozionali di ICE Agenzia per la gioielleria /oreficeria italiana negli USA attraverso l'uso di un logo riconoscibile e univoco .

I cambiamenti in atto nella societa' e nella business community a seguito della pandemia Covid-19 spinge a sviluppare maggiormente azioni promozionali in digitale in grado di raggiungere una platea potenziale maggiore di operatori economici.

Si intende pertanto sviluppare una campagna di comunicazione multichannel rivolta soprattutto al trade da svolgersi dalla fine del 2020 fino al primo semestre 2021 e a tal fine verra' realizzato un portale (extraitajewelry.com) completamente rinnovato nelle funzioni e nell'immagine dedicato al marchio "The Extraordinary Italian Jewelery", live a partire dalla seconda meta' di novembre 2020, che oltre ad illustrare gli elementi salienti della gioielleria italiana, avrà una sezione dedicata ad un max di 80 brands Made in Italy .

Stampa in PDF

PDF

Ultima modifica

Mer 21 Dic, 2022

Condividi

Reti Sociali