

EVENTI FORMAZIONE BIGLIETTO DA VISITA IL MERCATO

di Piero Cammerinesi

Per il punto vendita, la promozione della propria professionalità e dei marchi rappresentati è una variabile strategica fondamentale: ecco, dunque, che l'organizzazione di eventi mirati, in collaborazione con le Case, costituisce uno step irrinunciabile per il necessario coinvolgimento del pubblico sul prodotto e per la corretta comunicazione della sua immagine. Attenzione anche ai premi internazionali, indicativi per l'attività del punto vendita.

## MAGIE D'INVERNO

Il 6 e 7 novembre scorsi, nonostante i momenti non particolarmente euforici per il mondo dell'orologio e del gioiello, Fabio Rosas è riuscito nell'ambizioso progetto di portare nel cuore della Barbagia, sia pur nell'incantevole

cornice del Su Gologone, alcuni tra i più prestigiosi marchi di orologeria e gioielleria ed oltre mille clienti. Un'occasione, gestita impeccabilmente da Francesca Pezzuto con la sua Pro-Meet srl, che ha

visto la partecipazione, non solo, di alcune tra le aziende leader nel mondo del lusso, ma anche di personaggi dello spettacolo e di personalità politiche di primo piano; il tutto con musica dal vivo. Tra tutte ricordiamo il

senatore a vita Francesco Cossiga e l'onorevole Vittorio Sgarbi che hanno dimostrato, con la propria presenza, a che livello di professionalità e di capacità Fabio Rosas sia giunto per realizzare una manifestazione di tale rilievo.



16



Nel corso dell'evento, inoltre, si è svolto un importante happening che ha visto come protagonista il marchio Cartier. In occasione del centesimo anniversario dell'orologio Santos de Cartier, infatti, la Gioielleria Rosas 1945 di Nuoro ha voluto far dono pubblicamente di un orologio della nuova collezione

ne Santos-Dumont al senatore a vita Francesco Cossiga. La consegna del prezioso segnatempo - arricchito da una dedica ad hoc - è avvenuta nel corso di una piacevolissima cerimonia che si è tenuta venerdì 5 novembre nei locali della gioielleria a Nuoro. Oltre al già citato Cartier, i

marchi che hanno partecipato alla seconda edizione di Magie d'Inverno - inviando ai Su Gologone i propri AD o brand manager - sono stati, per gli orologi, Eberhard & Co., IWC, Paul Picot, Wyler Vetta, Ulisse Nardin e Zenith, per i gioielli, Alfieri & St. John, Damiani, DoDo, Mikimoto,

Pomellato, Robotti, Salvini, e per gli accessori Dunhill e Vertu, il nuovo marchio di telefonini-gioiello appena entrato nella scuderia del Binda Group. Molto apprezzata la presenza dell'onorevole Vittorio Sgarbi che ha improvvisato, nel suo inconfondibile stile, alcuni interventi 'a braccio' sul mondo dell'orologio, sul tempo e sul gioiello. In conclusione dell'evento, abbiamo intervistato i responsabili delle aziende coinvolte che hanno dato un parere decisamente favorevole alla manifestazione, sottolineando che proprio in momenti di mercato statico è indispensabile promuovere l'offerta e la conoscenza del prodotto con eventi come Magie d'Inverno. Molto soddisfatti naturalmente i clienti che hanno avuto l'opportunità di 'toccare con mano' le più prestigiose creazioni dell'orologeria e della gioielleria di lusso, presentate dai responsabili di ciascun marchio! E scusate se è poco.

