



MADALINA GHENEA NELLA CAMPAGNA DAMIANI

# ROCCA, una nuova luxury experience a Napoli

La boutique in via Filangieri: nasce un polo dell'extra lusso:  
"Napoli è come un diamante"

DI FRANCESCA RASPAVOLO



La boutique Rocca in piazza Duomo a Milano

**H**aute Jewellery da quasi un secolo: è la storia di Damiani, maison di alta gioielleria fondata nel 1924 a Valenza e premiata con 22 Diamonds International Awards, gli oscar del lusso: dal fondatore Enrico al figlio Damiano, passando per i nipoti Guido, Silvia e Giorgio, il gruppo si è espanso e ad oggi include anche Salvini, Rocca, Bliss e Calderoni. Sophia Loren, Sharon Stone, Chiara Mastroianni, Brad Pitt e Gwyneth Paltrow e molte altre celebrities hanno indossato Damiani, ma per il vicepresidente del gruppo, Giorgio Damiani

"ogni donna è un gioiello".

**Partiamo dalle novità: a settembre Rocca apre la sua prima boutique a Napoli. Quali sono le ragioni di questa scelta?**

L'apertura di una boutique Rocca a Napoli nasce dalla volontà di offrire alla città una più ampia gamma di prodotti di eccellenza che, partendo dai brand del nostro gruppo, i gioielli Damiani, Salvini e Bliss, punto di forza dell'offerta, i diamanti Calderoni, gli oggetti d'arte vetraria di Venini, si estende e si completa con i più prestigiosi brand



Giorgio Damiani

“ In tutte le boutique Rocca il cliente non è un semplice acquirente che entra in uno dei nostri negozi, ma un nuovo partner che entra nella nostra famiglia. Per questo molte delle nostre energie sono improntate all'accoglienza e al servizio. Saper ascoltare e interpretare non solo le richieste dei clienti, ma anche i loro desideri, i loro dubbi, i significati spesso profondi e i valori umani che li spingono a voler comprare un gioiello.



**SALVINI - COLLEZIONE MAGIA**

*L'apertura di una boutique Rocca a Napoli nasce dalla volontà di offrire alla città una più ampia gamma di prodotti di eccellenza, che, partendo dai brand del nostro gruppo, i gioielli Damiani, Salvini e Bliss, punto di forza dell'offerta, i diamanti Calderoni, gli oggetti d'arte vetraria di Venini, si estende e si completa con i più prestigiosi brand dell'orologeria di lusso come Cartier, Panerai, IWC.*

dell'orologeria di lusso come Cartier, Panerai, IWC.

**Via Filangieri: una posizione strategica per le boutique, per i visitatori italiani e stranieri?**

Napoli è come un diamante: le sue mille sfaccettature concorrono a renderla unica e preziosa, irripetibile. Come Damiani abbiamo vissuto e sperimentato la realtà partenopea, abbiamo potuto apprezzare da un lato la sempre maggiore conoscenza e ricerca del bello dei consumatori napoletani, sempre più raffinati ed esperti, e quindi preparati a riconoscere i vantaggi offerti da brand come i nostri e dall'altro l'entusiasmo del turismo di lusso che trova in via Filangieri un luogo ideale per i propri acquisti griffati e di valore. Ci è sembrato quindi naturale proporre a un pubblico così diverso, ma accomunato dalla ricerca della qualità, del design e dello stile, un'esperienza di acquisto nuova e completa.

**A che tipo di esperienza fa riferimento?**

In tutte le boutique Rocca il cliente non è un semplice acquirente che entra in uno dei nostri negozi, ma un nuovo partner che entra nella nostra famiglia. Per questo, oltre alla professionalità e alla competenza necessari a offrire il miglior supporto all'acquisto, maturati con un'eccellenza che dura fin dalle origini, molte delle nostre energie sono improntate all'accoglienza e al servizio. Saper ascoltare e interpretare non solo le richieste dei clienti, ma anche i loro desideri, i loro dubbi, i significati spesso profondi e i valori umani che li spingono a voler comprare un gioiello e un orologio, ci consente di offrire non una proposta di prodotti, ma una vera e propria consulenza e di accompagnarli, passo dopo passo, alla scelta che li renderà felici e soddisfatti dell'acquisto. Questa nostra disponibilità prosegue nei servizi post vendita, perché offriamo assistenza e supporto per ogni ulteriore necessità, dalla manutenzione, alla messa a misura, alla pulizia pe-

riodica.

**Com'è cambiato l'approccio all'acquisto di oggetti di lusso dopo la pandemia?**

Devo dire che in realtà anche durante le fasi cruciali della pandemia Rocca non ha subito crisi e nemmeno flessioni. Questo grazie a una rete di servizi offerti al cliente anche "a distanza": dalla consulenza da remoto, alle consegne a domicilio, agli incontri su appuntamento e, ovviamente, all'ecommerce che abbiamo potenziato proprio in quel frangente. Se devo però rilevare una differenza tra "prima" e "dopo" la trovo nella tipologia dei consumatori, con un aumento dei clienti italiani anche ora che i turisti sono tornati ad affollare le nostre città, e nell'approccio, che proprio per il pessimo periodo trascorso in casa isolati, rende il consumatore molto più orientato a concedersi piccole e grandi soddisfazioni, purché costituite da oggetti con un esplicito valore reale e un intrinseco valore artigianale che li renda unici ed esperienziali.

**Quali sono i modelli di maggior successo?**

Nella gioielleria mantengono il primato le collezioni iconiche come Belle Epoque, Margherita, D.Icon per Damiani e I Segni e Magia per Salvini. Per entrambi sempre importante e forte il settore bridal con solitari e fedi. Negli orologi di fatto rileviamo un approccio simile con una sempre maggior richiesta dei modelli rari e da collezionisti, accompagnato da un regolare acquisto di altri modelli. Un po' particolare il trend di Venini che, a fronte di una costante richiesta dei modelli iconici come Fazzoletto o Balloton, vede una significativa crescita di interesse per le opere firmate dai designer contemporanei come Peter Marino, Ron Arad e Tadao Ando per citarne solo alcuni.

**Per il Gruppo Damiani cosa significa questa operazione strategica?**

Dal punto di vista strategico questa scelta fa parte di un piano volto a rafforzare ed espandere sempre più la leadership di Rocca sul piano nazionale ed internazionale. Rocca è l'unica catena italiana di gioielli e orologi di lusso presente nelle vie più esclusive dello shopping, nelle principali città d'Italia e negli scali internazionali degli aeroporti e ha obiettivi di forte crescita, sia organica che di perimetro, proponendosi come consolidatore nel settore. ■



**DAMIANI - COLLEZIONE BELLE EPOQUE**

*“ Nella gioielleria mantengono il primato le collezioni iconiche come Belle Epoque, Margherita, D.Icon per Damiani e I Segni e Magia per Salvini. Per entrambi sempre importante e forte il settore bridal con solitari e fedi. Negli orologi di fatto rileviamo un approccio simile con una sempre maggior richiesta dei modelli rari e da collezionisti, accompagnato da un regolare acquisto di altri modelli.*