



Le ali alle tue idee

POR CREO FESR 2014-2020 - Linea d'azione 1.4 - azione C) del PAR FAS 2007-2013 "Aiuti alle micro, piccole e medie imprese (MPMI) per l'internazionalizzazione":

Periodo di realizzazione del progetto: febbraio 2016 / settembre 2016

Importo progetto: 25.000,00€

Tasso di cofinanziamento dell'Unione: 50%

Unità locale presso cui sono state realizzate le spese oggetto del progetto: Arezzo (AR), via del Gavardello 49 cap 52100 paese Italia

"**KAMILA GIOIELLI SRL**. Progetto finanziato nel quadro del POR FESR Toscana 2014-2020"

Titolo Progetto: **LUXURY MADE IN TUSCANY**

L'obiettivo generale del progetto *LUXURY MADE IN TUSCANY* è coinciso con la volontà delle tre aziende facenti parte del raggruppamento temporaneo di imprese (I Vassalletti Srl - arredo-legno - Loto Preziosi SpA e Kamila Gioielli Srl - oreficeria) di promuovere prodotti di lusso made in Toscana attraverso l'implementazione di un programma di penetrazione commerciale nei mercati Usa e Turchia.

La scelta dei Paesi Obiettivo, ovvero USA e Turchia, è avvenuta da parte di tutte le aziende a fronte di un'analisi delle potenzialità offerte dai mercati di riferimento; da un lato, è stato infatti considerato come il mercato USA, da sempre uno dei mercati più tradizionali del lusso, fosse in forte ripresa negli ultimi anni e New York rappresentasse il centro del potere economico negli USA, e come la Turchia e, in particolare, Istanbul, costituissero un crocevia per il commercio di oggetti preziosi e di lusso destinati al resto dei mercati arabi.

Il progetto ha incluso la condivisione di due uffici di rappresentanza/show room da parte delle tre imprese, di cui uno ubicato a New York e l'altro a Istanbul, luoghi particolarmente curati e di lusso che hanno costituito spazi di relazioni e sinergie in cui i partner hanno potuto confrontarsi ma soprattutto prendere nuovi contatti con potenziali clienti in ambienti riservati ed esclusivi particolarmente adatti a promuovere il lusso made in Italy.

Attraverso la realizzazione del programma di internazionalizzazione le imprese partecipanti hanno potuto, in generale, raggiungere risultati abbastanza in linea con le loro aspettative di breve periodo, nello specifico:

- Allargamento del mercato
- Accesso a nuove esperienze dovute al contatto con nuove realtà, nuovi modi di operare, nuove idee di successo che sono state recepite e utilizzate o adattate sia al mercato domestico che agli altri mercati in cui si è presenti
- Miglioramento dell'immagine presso gli stakeholder grazie alla possibilità di sfruttare la visibilità internazionale derivante dall'attività di esportazione
- Aumento della competitività sul mercato interno nei confronti di quelle aziende che circoscrivono la propria area di mercato soltanto in ambito domestico. L'esperienza, le competenze e le risorse acquisite sui mercati internazionali hanno costituito, anche, un vantaggio competitivo sul mercato interno

- Nuovi e continui stimoli generati dal contatto con la concorrenza internazionale, hanno permesso di migliorare le tecniche di produzione, di marketing e di commercializzazione del prodotto

“KAMILA GIOIELLI SRL. Project co-financed under Tuscany POR FESR 2014-2020”

Project title: **LUXURY MADE IN TUSCANY**

The overall objective of the “LUXURY MADE IN TUSCANY” project coincided with the will of the three companies involved in the partnership (I Vassalletti Srl - wooden floors and furniture - Loto Preziosi SpA and Kamila Gioielli Srl - goldsmiths) to promote luxury products made in Tuscany through the implementation of a commercial penetration program in the US and Turkey markets.

The US and Turkey markets have proved to be of high potential; On the one hand, the US market, which has always been one of the most traditional luxury markets ever, has been growing steadily over the last few years. On the other hand, Turkey is a crossroads for the trading of precious and luxury items destined for the rest of the Arab markets.

The project has included the sharing of two representative offices/showrooms by the three companies, one of which is located in New York and the other in Istanbul. Both New York and Istanbul's representative office/showroom have provided spaces for relationships and synergies where partners have been able to confront and make new contacts with potential customers in private, exclusive environments that are particularly suited to promoting luxury made in Italy.

The implementation of the internationalization program has enabled the three participating companies to achieve results fairly in line with their short-term expectations, namely:

- Enlargement of the market
- Access to new experiences due to contact with new realities, new ways of operating, new ideas of success that have been transposed to both the domestic and foreign markets
- Improving the image among the stakeholders by exploiting the international visibility of export activity
- Increasing the competitiveness of the domestic market. Experience, skills and resources acquired on international markets have allowed to develop a competitive advantage in the domestic market
- Improving the production techniques and marketing skills due to contact with international competition

