

NET-A-PORTER E MR PORTER PREVEDONO UN AUMENTO DEI REGALI PER SE STESSI DI ALTA GIOIELLERIA E OROLOGERIA DA PARTE DEI CLIENTI DI LUSSO PER LE FESTE

22 NOVEMBRE 2018

- Un sondaggio svolto su un panel di clienti globale rivela che due terzi dei consumatori di lusso intendono regalarsi prodotti esclusivi come alta gioielleria e orologeria durante il periodo delle feste
- Il 60% delle donne e il 70% degli uomini si acquisterebbe un articolo di alta gioielleria od orologeria invece di aspettare di riceverlo in regalo
- Nelle prossime settimane 1 cliente su 4 intende concedersi un gioiello

La tendenza da parte dei clienti di lusso ad acquistare regali per se stessi di alta gioielleria e orologeria raggiungerà nuovi picchi durante il periodo festivo: è quanto emerge dall'ultima ricerca svolta a livello globale da NET-A-PORTER e MR PORTER, leader nel luxury e-commerce.

Il sondaggio, a cui hanno partecipato oltre 2600 clienti di lusso, rivela che un terzo inizierà lo shopping natalizio a partire da questo weekend mentre due terzi desiderano regalarsi qualcosa di speciale durante queste festività. Articoli esclusivi di alta gioielleria e orologeria sono sempre più ricercati come regali per se stessi: 1 donna su 4 intende acquistare un articolo per sé e più del 70% degli uomini afferma che non esiterebbe a comprarsi un orologio di lusso invece di aspettare di riceverlo in regalo.

I millennial sono i principali self-gifter, con il 70% che vuole farsi un regalo per sé durante le feste. La tendenza è in crescita con un quarto dei clienti che afferma di voler spendere di più per se stessi rispetto all'anno passato.

Per anticipare la richiesta dei clienti NET-A-PORTER e MR PORTER continuano ad ampliare la propria offerta di alta gioielleria e orologeria, focalizzandosi su un'accurata ed approfondita selezione di articoli esclusivi e un servizio eccezionale.

NET-A PORTER prevede che gli articoli di alta gioielleria e orologeria più acquistati per sé saranno orecchini di diamanti e gioielli con pietre preziose e colorate. MR PORTER prevede un crescente interesse da parte degli uomini per orologi di lusso esclusivi; l'acquisto di alcuni include anche esperienze altamente ricercate, comprando un orologio unico di Roger Dubuis, ad esempio il cliente avrà l'opportunità di assistere alla sua creazione nella fabbrica svizzera e vivere una driving experience in partnership con Lamborghini sul massiccio del Giura.

NET-A-PORTER ora offre oltre 60 brand di alta gioielleria e orologeria con novità recenti tra cui Vacheron Constantin e collezioni esclusive di De Grisogono. Questa categoria è, ad oggi, una di quelle a più rapida crescita del sito. L'introduzione della destinazione online dedicata all'hard luxury globale di NET-A-PORTER – Fine Jewellery and Watch Suite – è stata un elemento chiave per l'aumento delle vendite. Nelle settimane successive al lancio, è stata registrata una crescita del 200% del customer engagement e un significativo aumento del numero di nuovi clienti di NET-A-PORTER di cui più del 35% visitatori unici della Suite.

L'offerta di MR PORTER è stata ampliata e include ora 20 brand di orologi di lusso. I clienti che cercano consigli da parte di esperti per i loro acquisti di orologeria possono consultare la Watch Guide di MR PORTER, che ha contribuito in modo significativo all'aumento di visitatori del sito – più del 55% dei visitatori unici erano anche nuovi utenti del sito. Gli appassionati di orologi possono anche visitare il nuovo account Instagram - [@mrporterwatches](https://www.instagram.com/mrporterwatches) -

YOOX NET-A-PORTER GROUP

dedicato esclusivamente agli orologi.

Alison Loehnis Presidente di NET-A-PORTER e MR PORTER ha dichiarato: "Il Cyber Weekend segna l'inizio dello shopping natalizio per molti ed è anche il momento perfetto per i clienti di lusso di premiarsi con qualcosa di speciale. Stiamo riscontrando una richiesta sempre maggiore di alta gioielleria e orologeria online e continuiamo a innovarci per offrire ai clienti un servizio impeccabile e una impareggiabile selezione dei prodotti più ricercati."

-FINE-

CONTATTI

ynap@imagebuilding.it

Vanessa Rhodes
Global Head of Media Relations
vanessa.rhodes@ynap.com
+44 (0)7973 869427

Alba D'Amico
Global Head of Corporate Brand
alba.damico@ynap.com
+39 347 8576246

YOOX NET-A-PORTER GROUP

YOOX NET-A-PORTER GROUP è il leader globale nel luxury fashion e-commerce. Il Gruppo è un'azienda globale con radici anglo-italiane ed è il risultato della rivoluzionaria fusione, avvenuta nell'ottobre 2015, tra YOOX GROUP e THE NET-A-PORTER GROUP, due pionieri che hanno trasformato il settore della moda e del lusso sin dalla loro nascita nel 2000.

YOOX NET-A-PORTER GROUP vanta un modello di business unico nel suo genere, con i suoi online store multimarca in-season, [NET-A-PORTER](#) e [MR PORTER](#) e gli online store multimarca off-season, [YOOX](#) e [THE OUTNET](#), ma anche attraverso numerosi ONLINE FLAGSHIP STORES "Powered by YNAP".

YOOX NET-A-PORTER GROUP ha un posizionamento unico nel settore ad alta crescita del lusso online e può contare su oltre 3 milioni di clienti attivi, i quali generano intorno a un miliardo di visite in tutto il mondo. Il Gruppo ha centri tecno-logistici e uffici in Stati Uniti, Europa, Medio Oriente, Giappone, Cina e Hong Kong e distribuisce in più di 180 Paesi nel mondo.

Da giugno 2018, la società è soggetta all'attività di direzione e coordinamento di Compagnie Financière Richemont S.A

Per ulteriori informazioni: www.ynap.com

LinkedIn: [YOOX NET-A-PORTER GROUP](#) | Twitter: [@YNAP](#) | Instagram: [@YNAP](#)