DM
DARIO MARTINI®
100% made in Italy
Via Treviso, 38 - 32040 Domegge di Cadore (BL) ITALY
TEL. +39 0435 76600 - FAX +39 0435 76667
www.martiniocchiali.it - info@martini1989.it

DM
DARIO MARTINI®
100% made in Italy
Via Treviso, 38 - 32040 Domegge di Cadore (BL) ITALY
TEL. +39 0435 76600 - FAX +39 0435 76667
www.martiniocchiali.it - info@martini1989.it

DARIO MARTINI

Rivoluzione nell'evoluzione

Paul De Podestà dopo l'acquisizione avvenuta nel 2018 ha provveduto ad un profondo cambiamento di paradigma. Fra questi lo sbarco sul mercato nazionale, senza mai tradire le peculiarità che storicamente lo caratterizzano.

La capacità di resistere è sicuramente un segno di forza e determinazione, però anche i più forti e determinati ogni tanto cadono in tentazione. Questo è esattamente quello che è accaduto a Paul De Podestà nel 2018 quando non seppe resistere alla tentazione di acquisire una azienda del settore occhialeria che era, fra le altre cose, sua cliente da diversi anni. Il riferimento è alla Martini Occhiali ed al brand Dario Martini, caratterizzato da buona visibilità e ottima identificabilità. Queste due caratteristiche con l'intervento di De Podestà e dei suoi collaboratori sono divenute ancora più evidenti.

Sig. De Podestà, quando e perché avete deciso di acquisire questo marchio.
"Collaboravo con la Martini Occhiali già da diversi anni. Quando c'è stata l'opportunità di fare questo passo ho ritenuto che potesse essere una svolta importante e non mi sono lasciato sfuggire l'occasione. Gli occhiali Dario Martini hanno grande visibilità internazionale. La caratteristica di questo brand è sempre stata la sua originalità e la ricchezza di finiture e decori. Il mercato di riferimento per il marchio Dario Martini era l'estero. Si trattava di una scelta ben precisa e perseguita con determinazione. Nel 2018, dopo l'acquisizione, ho deciso che il nostro marchio potesse essere ben speso anche in Italia. Ne ero convinto allora e lo sono ancora di più oggi, visti i risultati che ci stanno dando ragione. Credo che per gli occhiali Dario Martini ci sia un futuro molto interessante. Soprattutto se proseguirà su questa strada, innovando senza perdere il DNA che lo ha sempre caratterizzato.

Quali sono queste linee guida?
In primo luogo ci sono le forme e le finiture decisamente al passo con i tempi e con le richieste del mondo dello stile e della moda, del quale cerchiamo di interpretare nel modo più interessante le evoluzioni, il tutto seguendo un percorso logico e lineare, fatto di aggiornamenti costanti

delle nostre collezioni. Stiamo sempre molto attenti a non scostarci neppure per un attimo dalle caratteristiche di alta qualità che sono il biglietto da visita del brand Dario Martini, rigorosamente prodotto in Italia. Qui da noi. Anche il progetto nasce dal confronto serrato in azienda. La parte creativa è per noi elemento fondamentale. Accanto a queste caratteristiche realizzative c'è da dire che un'altra particolarità dei nostri modelli, che ricordo sono principalmente dedicati alla donna, è la presenza degli strass. Il mercato ci riconosce questa particolarità e vuole da noi questa scelta stilistica. Il rapporto con il mercato italiano è stato tutto da inventare. Avevo la certezza che il nostro mercato fosse pronto e perfetto per questi occhiali. Così lo sbarco sul mercato italiano è stato fra le priorità che mi sono dato. Oggi in Italia proponiamo una collezione composta di trentacinque modelli complessivi."

Siete posizionati in una fascia alta di mercato...
"Sì, facendo un prodotto 100% Made in Italy, arricchito con strass ci troviamo in una fascia di mercato di prezzo elevato. Quando abbiamo provato a fare dei modelli meno sofisticati e meno costosi, non abbiamo trovato una risposta pari a quella che riceviamo ogni giorno con i nostri modelli attualmente in commercio. Significa che il nostro prodotto è molto ben identificato e che siamo riconosciuti per la nostra qualità, e le nostre scelte stilistiche. In un mercato così complesso è un risultato più che positivo. I nostri clienti ci hanno individuato e inserito in una area di mercato in cui la qualità è il punto nodale di tutto."

Un altro aspetto interessante per ciò che concerne il mercato di riferimento è la identificazione del cliente tipo.
"Quando il mercato di riferimento era solo estero, gli occhiali Dario Martini erano rivolti ad un pubblico adulto con una età media importante, pensato per le donne mature più che per le ragazze. Abbiamo cercato di abbassare la soglia d'ingresso per quanto concerne l'età dei clienti. Siamo intervenuti con nuove forme, nuove proposte nei dettagli e con un sostanziale rinnovamento della gamma senza però tradire le origini. La cosa ha funzionato molto bene e il lavoro è stato apprezzato."

Credo che si tratti di una operazione comunque non facile e piuttosto faticosa, anche per la parte progettuale.
"Non so se il termine faticoso sia giusto. Userei impegnativo, perché quando si fanno cose che ami e che ti fanno divertire, la fatica passa in secondo se non in terzo piano. Comunque abbiamo fatto un lavoro significativo, soprattutto se si pensa che tutto quello che esce dalla Martini Occhiali è frutto del nostro lavoro. Nel senso che dall'ideazione al prodotto finito, ogni passaggio avviene qui dentro e di conseguenza si tratta davvero di prodotti 100% made in Italy. Anzi di più, quasi a km zero. Inoltre Negli ultimi 5 anni sono stati raggiunti tutti gli obiettivi prefissati: aumento del fatturato, consolidamento della clientela esistente, apertura della nuova sede produttiva e creazione della rete vendita Italia. Nei prossimi anni Martini Occhiali punta ad ampliare la clientela sia italiana che estera, ad ampliare il suo organico inserendo giovani volonterosi e a far conoscere sempre più il marchio DARIO MARTINI®."

Uno degli aspetti più qualificanti nel vostro lavoro, è il servizio. Come operate in questa direzione?
"Penso che il servizio sia la base per consolidare il rapporto con l'ottico che è quello che ci sceglie, spiega al suo cliente l'occhiale guidandolo in una direzione invece che in un'altra. È capitato che in alcune occasioni fortunatamente rare, quando ci sono state sollevate delle problematiche, sia stato io stesso a prendere il telefono e a rapportarmi con l'ottico. Questo è un aspetto fondamentale del nostro lavoro. Non siamo e non possiamo essere intesi come una entità a parte rispetto al nostro prodotto, perché siamo il nostro prodotto e l'ottico è il nostro compagno di viaggio."

Parliamo di futuro e dei passi che avete in mente.
" Passi ne abbiamo fatti molti in questi quattro anni, nonostante il mondo attorno a noi sia cambiato radicalmente. Ci siamo dotati di una nuova sede, abbiamo rinnovato il prodotto, abbiamo aperto verso nuovi mercati e la qualità che già era elevata è ulteriormente cresciuta. Stiamo gradualmente rinnovando i macchinari con strumenti produttivi di ultima generazione e inoltre stiamo anche assumendo giovani. Direi che, pur senza fermarsi, adesso iniziamo a raccogliere i frutti di questo lavoro lungo e impegnativo. I prossimi passi saranno in linea con quello che abbiamo già messo in cantiere. I prodotti continueranno ad evolvere, ed anche il mercato uomo prenderà un po' più di spazio. Insomma ci piace migliorare, spostare il nostro limite un po' più in là, e vogliamo che l'amore per questo prodotto sia la nostra cifra distintiva."