

# FRATELLI DAMIAN snc

## RELAZIONE CONCLUSIVA

Compilata da: Federica Preto (FONDO PLASTICO di Preto Federica)

*Serenità è quando ciò che dici, ciò che pensi, ciò che fai sono in perfetta armonia"*  
(Gandhi)

## Analisi del Contesto

---

La **Fratelli Damian** è un'azienda che ha sede a Colle Umberto, nella provincia di Treviso e che da anni è specializzata nella lavorazione delle superfici metalliche. Lavora in collaborazione con altre aziende, come conto terzi, nel settore *contract* ed allestimento di pregio.

La sua storia affonda le sue radici negli anni '70.

È una storia che nasce dalle mani e dalla passione di Luigi, artigiano abile ed esperto nella lavorazione delle superfici metalliche e che cresce e si sviluppa alla fine degli anni '90, con il passaggio di testimone dal padre ai figli Loris e Marzia.

È un racconto fatto di lungimiranza e visione, in cui il "saper fare" artigiano è stato tramandato e valorizzato negli anni, diventando il cuore pulsante di una nuova realtà aziendale. Un percorso importante, che ha reso oggi FRATELLI DAMIAN un punto di riferimento nella lavorazione e trasformazione di materiali pregiati, da impiegare in diversi ambiti progettuali.

Il Valore fondamentale per l'azienda sono le **Persone**. Questo si traduce nell'attenzione verso il cliente, ai di collaboratori ed ai dipendenti in un forte legame con i due soci titolari. A questo Valore derivano gli altri: **Famiglia, Etica, Umiltà, Precisione, Versatilità, Maestria, Abilità ed Armonia**. Un Valore che poi sarà sviluppato successivamente è quello della **Sostenibilità**, che è stato affrontato autonomamente durante il percorso portando l'azienda a riflettere su alcune tematiche e a sviluppare una nuova consapevolezza.

L'analisi del proprio mercato di riferimento è stata fondamentale per dare l'input per nuove progettualità: attualmente l'azienda lavora per conto terzi, un mercato troppo competitivo, diventato sempre più difficile a causa della pandemia. La scelta avviene sulla quantità (prezzo) e non sulla qualità (competenza). FRATELLI DAMIAN non si riconosce più in un ambiente in cui il Valore Immateriale non viene apprezzato.

L'analisi SWOT e il Business Model Canvas che sono stati realizzati hanno messo in luce gli aspetti che hanno portato a ripensarsi come azienda creando un nuovo settore produttivo e di sperimentazione che vada a dialogare con architetti e designer, spostandosi così, in aree di mercato nuove.

## Analisi Aziendale

---

Il secondo step è stato quello di andare a definire i nuovi asset aziendali: Vision, Mission Obiettivi.

Da alcune riflessioni fatte con i soci titolari ed i dipendenti si sono ricavate le seguenti definizioni:

- 1. Visione:** *"Vogliamo andare "oltre la superficie" con un approccio trasversale, nel rispetto dell'ambiente e delle persone".* Se "Oltre la Superficie" era già il pay off aziendale, con questa presa di coscienza diventa ancora più importante e fondamentale per lo sviluppo aziendale tanto che nel nuovo sito è la sezione che definisce l'azienda sia come luogo che come persone.
- 2. Missione:** *Dal 1969 mettiamo a disposizione esperienza e competenza per la realizzazione di idee e progetti dei nostri clienti. Realizziamo arredi e complementi d'arredo in metallo che donano valore ed emozioni.* Anche qui, attraverso la definizione della mission aziendale si è preso coscienza delle proprie capacità, delle competenze immateriali e dell'alto Valore.
- 3. Obiettivi:** Con in mano Vision e Mission aziendale e le analisi del Target, Contesto e SWOT, si sono potuti definire gli obiettivi futuri dell'azienda:
  - Rendere il lusso sostenibile
  - Rivalutare le competenze, investendo sulla cultura e il capitale umano
  - Diventare un luogo per lo scambio di competenze e attivatore di sinergie tra ambiti trasversali

Gli obiettivi così definiti sono le fondamenta su cui si è partiti per costruire il nuovo progetto aziendale e la trasformazione che ad oggi sta affrontando, nonostante la pandemia, la FRATELLI DAMIAN.

## Definizione del Nuovo Progetto Aziendale

---

Attraverso la co-progettazione e altri esercizi propri del Design Thinking si è definito il nuovo progetto aziendale: creare un nuovo Brand (marchio Proprio) dove poter produrre oggetti (d'arredo e d'arte) e luogo di sperimentazione che vada a dialogare con architetti e designer, così da cercare nuove nicchie di mercato più attente alla qualità e al patrimonio immateriale dell'azienda.

Questo processo di cambiamento è stato arricchito dall'evento pandemico perché ha dato la possibilità all'azienda di riflettere sul tema della sostenibilità: grazie ad una serie di incontri si è potuto ridefinire il ruolo di responsabilità dell'azienda nei confronti del proprio territorio e delle persone con cui viene in contatto. Nasce così la volontà di ideare una nuova filosofia aziendale a cui è stato dato il nome di 7P Italy e che ripensa l'azienda attraverso le 5 P che raggruppano i 17 Obiettivi della Sviluppo Sostenibile fissati dalle Nazioni Unite nel 2013 (Planet, People, Profit, Peace, Partnership), con l'aggiunta di 2 P dell'economia circolare (Person e Profit). Attraverso gli incontri e gli stimoli reciproci che vengono dati da chi partecipa all'attività di co-progettazione si delineano anche altri asset importanti per il nuovo sviluppo aziendale:

- 1. Vocazione:** *siamo ispirati a guardare Oltre, trasversali nella nostra identità*
- 2. Promessa:** *ci impegniamo attivamente a sostenere un sistema dove azienda, persone e territorio siano un insieme armonico. Non solo cura verso il cliente e a ciò che esso desidera e sogna, ma costante attenzione verso una sostenibilità e crescita delle relazioni, dei processi e dell'impatto ad essi correlati.*

Un nuovo modello di azienda in cui al centro è la Persona.

Abbiamo lavorato insieme per valorizzare questo percorso: il primo passo è stato quello di inserirlo nel sito con una sezione dedicata in cui poter spiegare il pensiero (intenti) che animano il percorso di trasformazione: l'azienda ha chiesto e ha ottenuto dalla Regione Veneto la possibilità di essere azienda che ha sottoscritto il protocollo di Veneto Sostenibile (vedi sito) così come sta prendendo contatti con altri consulenti esterni per la sua trasformazione a Società Benefit (Azienda a Responsabilità Sociale) ed accedere al riconoscimento B-Corp.

Da queste basi è partito anche il progetto di nuovo brand che ha preso il nome di ISPACE (acronimo di Sartorialità, Progettualità, Arte, Cultura, Emozioni, mentre la "I" indica l'attenzione alla persona, in quanto entità unica da valorizzare e sostenere).

Pensato come un luogo fisico, un laboratorio creativo dove poter condividere idee e collaborazioni tra aziende, incontri con personalità trasversali e produzione di oggetti a marchio proprio, attualmente la sua immagine è solo virtuale. La pandemia ha frenato la programmazione e la progettualità, costringendo le persone ad indagare nel mondo del virtuale.

Comun denominatore è l'attenzione alla rigenerazione sociale, culturale ed ambientale.

Attualmente si sta lavorando su diversi progetti, aperti anche da collaborazioni esterne ed opportunità che sono nate in questi mesi.

## Azioni trasversali

---

Durante il periodo di consulenza abbiamo lavorato su diversi progetti che hanno contribuito a ridefinire la nuova immagine aziendale:

- 1. Sito Aziendale:** Con la nuova definizione aziendale e dei nuovi asset si è reso necessario un restyling del sito, che è stato ridisegnato seguendo la tripartizione definita in sede di co-progettazione: "Oltre la Superficie" è la sezione dedicata all'azienda, con la sua storia, i suoi Valori e le persone che la compongono con mansioni e competenze; "7P Italy" è la filosofia aziendale, con lo sviluppo delle 7 P degli obiettivi dello Sviluppo Sostenibile e la definizione dell'azienda secondo i 17 obiettivi strategici (insieme all'azienda ne abbiamo identificati 8); "ISPACE", in fase di realizzazione, dove saranno contenute le prime progettualità e le collaborazioni esterne dell'azienda. A queste sezioni l'azienda, grazie alla consulenza, è riuscita a ridefinire in maniera obiettiva, i servizi offerti e la schedatura delle realizzazioni, che nel vecchio sito risultava assente.

Il lavoro di realizzazione del nuovo sito ha permesso di riformulare l'azienda anche in ottica di storytelling e Heritage Marketing, attraverso l'elaborazione della propria storia aziendale (identificata nel sito con la linea del Tempo).

Un ulteriore valorizzazione del gruppo di lavoro e del coinvolgimento dell'azienda è stato dato dallo shooting fotografico necessario per produrre le fotografie da inserire nel sito: una giornata gestita a livello formativo e consulenziale con l'obiettivo di creare senso di appartenenza e spirito di gruppo.

- 2. Immagine aziendale:** Si è studiato un abbigliamento aziendale così da creare il senso di appartenenza e lo spirito di gruppo. Sono stati realizzati pantaloni, camicie, grembiuli per il lavoro, tute, felpe e magliette con il logo aziendale.
- 3. Ridefinizione della Lista contatti:** è stata sistemata la lista dei contatti, suddividendola in aziende, fornitori e architetti/designer.
- 4. Piano di Comunicazione:** Sono stati aperti i profili aziendali social di Facebook, Instagram, LinkedIn e Houzz, una piattaforma social del settore edilizia ed architettura. È stato inoltre attivata a nome aziendale una piattaforma di Mail Marketing (Mailchimp) e si è iniziata l'attività di newsletter. È in fase di definizione il piano di comunicazione 2021-22 in quanto con il periodo pandemico è stato difficile poter organizzare una programmazione definitiva.
- 5. Attività per la ricerca di nuovi mercati:** Su questo fronte si è lavorato su più strade. Da una parte è in via di costruzione una mappatura di studi di architettura e designer del territorio (per il momento Veneto) su cui poter poi iniziare un'attività di conoscenza e di proposta di collaborazione. Dall'altra l'azienda è stata inserita in alcune piattaforme dedicate all'internazionalizzazione:
  - [Programma EYE \(Erasmus Per Imprenditori\)](#): Uno dei soci si è iscritto a questa opportunità messa a disposizione dalla Comunità Europea che ha lo scopo di mettere in contatto tra loro le aziende europee per progetti di collaborazioni imprenditoriali. Seguiti da Eurospertello Veneto, l'azienda si è proposta come "Host" per nuovi imprenditori europei, con lo scopo di collaborare su progetti di design ed architettura che possano aprire la collaborazione con altri Paesi Europei.
  - [ICE – Agenzia per la promozione all'estero e dell'internazionalizzazione delle Imprese Italiane](#): L'azienda si è iscritta al Portale che permette di venire in contatto con le opportunità date da questo Ente in campo dell'internazionalizzazione. Grazie a questa registrazione ha potuto iscriversi alla vetrina virtuale del portale e poter inserire le sue realizzazioni. Nei prossimi mesi accederà anche ad altri servizi come la Export Flying Desk, per accedere a consulenze mirate e capire quali possono essere i mercati più interessanti per i propri prodotti.
  - [Promozione CASABELLA](#): Nota rivista del settore di architettura a livello nazionale. L'azienda ha proposto alcuni suoi prodotti per dei redazionali della rivista. Qui sono stati proposti alcuni prodotti realizzati in via sperimentale, durante i primi mesi di pandemia (2020). Pur non essendo stati selezionati dalla redazione, questa occasione ha permesso di focalizzarsi sulla schedatura della nuova produzione impostando flyer di prossima pubblicazione;
  - [Progetto Interreg DIVA](#): L'azienda ha partecipato alla call per imprese e ICC (Imprese Culturali e Creative) prevista da questo bando europeo. Un'opportunità per

confrontarsi su altre progettualità e partenariati importanti. Il progetto, redatto dalla consulenza, è in fase di selezione.

**6. Spazi espositivi:** Durante tutto il periodo di consulenza si sono cercati spazi ed opportunità di esposizione. Purtroppo il periodo dettato dall'emergenza della Pandemia ha reso molto difficile poter programmare a medio e lungo termine eventi ed altro tipo di iniziative.

Si è quindi pensato di orientarsi al settore digitale.

E' stata da poco pubblicata la prima esposizione virtuale a nome ISPACE che illustra una collezione di elementi realizzati in collaborazione con il designer Carlo Favaro per il Fuorisalone 2019, un primo esperimento (lasciato come attività isolata) per proporsi ad un nuovo mercato (architetti e designers).

## Sviluppi futuri

---

In questo periodo l'azienda sta lavorando per la realizzazione della prima collezione a marchio proprio: è una *capsule* di pochi elementi che verrà esposta in uno showroom di nuova apertura a Bratislava.

Inoltre ha appena preso contatto con un designer francese grazie al programma ERASMUS PER IMPRENDITORI.

E' in previsione per settembre/ottobre il lancio di un concorso di idee sull'utilizzo degli scarti di lavorazione, dedicato alle scuole di design italiane: un modo che ha l'azienda per collegarsi al mondo della formazione e della creatività giovanile.

Si sta impostando un piano di comunicazione, così come si sono ristrutturate le mansioni aziendali: si sta predisponendo un programma di attività commerciali che mettano l'azienda nella situazione di poter dialogare direttamente con il proprio target di riferimento.

Si sta lavorando per poter ristrutturare la sede aziendale così da poter programmare degli eventi in azienda (visite aziendali, incontri, attività di networking e altre iniziative) che mettano al centro l'azienda e la facciano conoscere al nuovo mercato di riferimento. Nel frattempo, si stanno mettendo le basi per poterla trasformare in una società benefit: con questa trasformazione potrà diventare protagonista, nel proprio territorio, del cambiamento che è in atto e di cui siamo tutti chiamati a essere partecipi.