

# Dogi: il cammello sui jeans

**A**ria di novità in casa Dogi International e non è una sorpresa visto che l'azienda chiampese ci ha abituati a soluzioni d'avanguardia nel campo della pelle. Per saperne di più abbiamo fatto due chiacchiere con l'amministratore unico della società, Giancarlo Domirti.

- Che cosa avete elaborato, stavolta?

"Dopo aver collaborato per circa un triennio in esclusiva con un prestigioso brand del settore, abbiamo studiato, sviluppato e messo a punto un articolo molto performante, in grado di soddisfare le esigenze più particolari del mercato delle etichette in pelle. Siamo dunque entrati direttamente sul fronte dell'offerta commerciale che oggi riserva ottime opportunità. Diciamo che il nostro settore ricerca ha funzionato alla grande, trasformando un momento di impasse in un trampolino di lancio per il futuro."

- In particolare su cosa avete puntato?

"Abbiamo travalicato l'offerta di articoli tradizionali realizzati con le pelli bovine per entrare in una nuova gamma in pelle di cammello, prodotto molto richiesto per gli articoli di moda ma quasi abbandonato per la difficoltà a reperire pellame solido ai nostri viaggi. Si tratta per noi di un salto di qualità formidabile che ci permette di presentarci sul



mercato con una vasta rassegna di colori e di fogge, unita alla nostra consueta disponibilità a collaborare con il cliente per soddisfare ogni sua specifica esigenza produttiva. Siamo infatti in grado, oltre alla produzione standardizzata, di offrire la nostra esperienza e collaborazione per realizzare articoli specifici, che poi resteranno in esclusiva al committente. Su questo punto siamo molto rigidi

e chiari, perchè la trasparenza e la correttezza nei rapporti è uno dei punti sui quali fondiamo il nostro operato commerciale."

- Pare di capire che siate molto soddisfatti di questo nuovo sviluppo...

"È così, siamo orgogliosi di quanto stiamo facendo, anche perchè il nostro è un lavoro difficile, che mette alla prova l'intera struttura dell'azienda: produttiva, distributiva, commerciale e vorrei dire anche etica. Infatti servono serietà e correttezza. Occorre dire sempre le cose come stanno, rispettare gli accordi e mantenere gli impegni. Un'etica, ai non addetti ai lavori, può sembrare una cosa banale, ma nel mondo della moda gli stilisti e i creativi sono estremamente selettivi, basta un niente per uscire dal giro che conta. I controlli di qualità sono a livelli estremamente alti e soltanto chi lavora in un certo modo può affrontare certe sfide."

- Nuove strade vincenti, senza dimenticare la vostra tradizionale attività di rifinizione della pelle...

"Così deve essere, perché anche nel nostro comparto, come si dice, chi si ferma è perduto... D'altra parte noi italiani, privi come siamo di risorse naturali, la sfida ce la giochiamo tutta nella manifattura. E noi della Dogi non ci spaventiamo davanti alle sfide!"

