

Giancarlo Domirti



## Partner creativo per le aziende della moda

**DOGI INTERNATIONAL, azienda di Chiampo (Vicenza), si conferma leader a livello italiano ed internazionale. E ora è pronta per le nuove sfide del mercato, che affronterà con strategie vincenti**

Le nuove sfide del mercato, attese nel 2021 e negli anni successivi, sono dietro l'angolo. E la DOGI INTERNATIONAL, specializzata nella lavorazione di pellami di alta fascia, ha già individuato le strategie per mantenere la propria leadership a livello italiano ed internazionale, a cominciare dal percorso creativo, prerogativa ormai fondamentale per garantire alla propria clientela nuove idee.

L'azienda di Chiampo (Vicenza), che fornisce pelli per i settori abbigliamento, oggettistica, jeans, accessori, pelletteria, rilegatoria, e motociclismo, ha una storia relativamente recente, essendo stata fondata nel 2011, ma che affonda le proprie radici in una storia di competenze trentennali, in virtù di esperienze precedenti di Giancarlo Domirti nel settore della pelle. Partita dalla rifinitura e dal commercio di pellami finiti d'alto pregio con particolari caratteristiche lavorazioni manuali, la DOGI INTERNATIONAL si è affermata e specializzata nel corso degli anni in differenti lavorazioni, alcune delle quali brevettate, molto apprezzate da una particolare nicchia di clienti, comprendenti anche le più importanti griffe e marchi a livello mondiale.

La vera svolta è avvenuta dal 2014, anno in cui è aumentato considerevolmente il numero degli articoli con l'ingresso nei settori pelletteria e calzatura, mentre contemporaneamente l'industria veneta ha

introdotto un nuovissimo sistema di rifinitura a mano che nobilita le pelli rendendole esclusive: una scelta strategica quella di abbandonare il prodotto della fascia economica per rivolgersi al mercato del lusso, passando dalla produzione seriale che punta sui volumi a quella che investe sul recupero della manualità e della creatività.

Per un'industria come la DOGI INTERNATIONAL che vanta indubbe capacità produttive, di qualità e di alte tecnologie risulta fondamentale il percorso creativo, che si può identificare pienamente nel modo di pensare e agire del titolare Giancarlo Domirti, personaggio eclettico amante delle cose belle che da sempre vanta un certo istinto legato alla creatività, che lo porta sempre a spingersi oltre ed ottenere brillanti risultati a livello imprenditoriale.

"Fa un certo piacere - spiega Domirti, che abbiamo incontrato in azienda nella seconda metà di novembre - ricevere lo stimolo del cliente, anche se magari chiede una cosa all'apparenza assurda e improponibile. Ma poi la stessa richiesta, magari dopo averla metabolizzata, ti fa venire l'idea di elaborarla o di cercare di interpretare quanto colui che era di fronte a te, tra opinioni e pareri, ti aveva proposto. Alla fine nel cercare di tradurre il tutto, si finisce con il trasferire l'idea sulla pelle. E così capita che venga fuori qualcosa che non c'entra niente, ma alla fine è stratosfericamente interessante o quantomeno provocatorio".

Lo stesso titolare della DOGI INTERNATIONAL ammette che "tante idee non vanno in produzione, magari perché sono troppo avanti, ma comunque restano lì e magari a distanza di 2-3 anni vengano nuovamente apprezzate. Sicuramente tutto questo confronto continuo serve a creare un'atmosfera di creatività e a stimolare le idee. In qualche modo lo possiamo definire un "brainstorming", costituito dalle idee che coloro con cui ti confronti ti possono dare. In qualche modo è paragonabile con il comportamento di certi stilisti che per ispirarsi entrano nei negozi di giocattoli, di tessuti o di scarpe e magari alla fine tirano fuori l'idea da un mattone, notato ad esempio all'interno di una sala di cartongessi. Alle volte può bastare addirittura un sassolino per terra, magari appoggiato ad una foglia ma capace di creare una fantasia solamente perché ti fa venire in mente un abbinamento colori, che non avresti mai immaginato. Molto spesso certi stridori di combinazioni non avresti mai avuto il coraggio di metterli insieme".

"La ricerca di ispirazione - continua - viene da tutto quello che ci sta attorno, basta stare attenti e alle volte si rimane affascinati dalle piccole cose. Più di una volta ho raccolto da terra una foglia secca o un pezzo di carta, magari gettato via da qualcuno, e me lo sono messo in tasca, in quanto mi dava uno stimolo. Poi lo appoggiavo sulla scrivania, cercando prima o dopo di trasformarlo in un'idea, giusto per dire "adesso so come fare" per replicarlo e vederlo come diventa sulla pelle. Magari alla fine è una cosa che non si tramuta in qualcosa di pratico, ma sono tutti esercizi che ti tengono aperta la mente e la creatività. La verità è che non si possono fare le magie nello stile, ormai abbiamo visto tutto: tuttavia ci sono piccole sfaccettature che sembrano cose semplici ma in realtà arrivano dopo un lungo ed elaborato studio di esperienza che, una volta realizzate, creano delle emozioni".

"La mia azienda - precisa Domirti - si è sempre posta l'obiettivo di produrre pelli completamente artigianali, dotate di un'altissima tecnica di lavorazione. Per questo sin dalla fondazione la mission è stata la ricerca continua di nuove tecnologie e il miglioramento della resa tra qualità e prezzo. La nostra grande sfida è soddisfare il mondo della moda e le concerie più esigenti che non si accontentano di articoli standard ma sono sempre alla ricerca di quel qualcosa in più capace di contraddistinguerli. Il cliente che si rivolge a noi trova una grande attenzione alle sue esigenze e una "squadra", capace di concentrarsi esclusivamente nello sviluppare e interpretare le richieste. Questo comporta ricerche e particolari applicazioni, che rappresentano la nostra forza, che ci viene riconosciuta e di cui andiamo orgogliosi: negli anni il nostro team interno è cresciuto, rispondendo via via alle nuove e più esigenti richieste del mercato".

Sull'importanza della pelle, anche a livello storico, il titolare della DOGI INTERNATIONAL è sicuro "che l'uomo ha ottenuto il progresso grazie alla pelle. Basti pensare che una volta i mulini ad acqua, che macinavano la farina, avevano gli ingranaggi di legno, che però si rompevano con frequenza. Non a caso le prime macchine industriali vennero dotate di motori elettrici con una cinghia di cuoio che faceva girare ruote, ingranaggi e pulegge: ci sono foto e disegni antichi in cui si intuisce quanto questi componenti in cuoio siano diventate strategiche nel progresso e nel processo di industrializzazione. Il cuoio fa parte della storia dell'uomo sin dagli albori della civiltà, sono i primi vestiti dell'uomo e il cuoio ha vestito i piedi degli antichi romani con soluzione di continuità fino ai giorni nostri. È inoltre il prodotto di abbigliamento con il minor impatto sull'ambiente esistente in quanto sottoprodotto di un'industria alimentare indispensabile per l'uomo".

[www.dogiinternational.com](http://www.dogiinternational.com)

## Creative partner for fashion companies

**Based in Chiampo (Vicenza province), DOGI INTERNATIONAL confirms its leading position, both domestically and internationally. And it is now ready to face the new market challenges thanks to successful strategies**

The new market challenges, in store for 2021 and the following years, are at hand. And DOGI INTERNATIONAL, specialized in the processing of high-end leathers, has already picked the right strategies in order to keep its leadership both nationwide and internationally, starting with the creative path, the latter a pivotal trait when it comes to providing the clientele with new ideas.

The company headquartered in Chiampo (Vicenza province), that supplies leather for an ample range of end sectors – apparel, giftware, denim, accessories, leatherware, bookbinding and motorcycling -, is fairly young, as it was established in 2011, yet it boasts well-established skills and know-how, thanks to the previous experiences acquired by Giancarlo Domirti in the leather field. The initial core business lied in the finishing and sales of top-quality finished hides featuring peculiar manual techniques: later on, DOGI INTERNATIONAL has managed to gain a strong foothold in the market and to specialize in different types of processing methods, some even patented, that have earned the praise of an elite niche of customers, including some of the most prominent fashion brands and companies worldwide.

The turning point came in 2014, as confirmed by the marked increase in the number of articles with the addition of the leatherware and footwear industries; at the same time, the Veneto-based enterprise has implemented a cutting-edge, hand-finishing system that enhances hides, making them more appealing. A strategic decision – to give up low-end articles and pay close attention to the luxury market – that led to a change of attitude, shifting from large-scale, volume-oriented production to investments in creativity and manual skills.

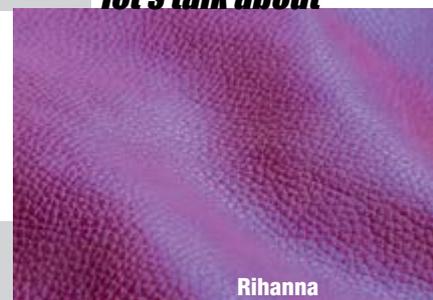
For a company featuring such undeniable skills in terms of production, quality and high technologies as DOGI INTERNATIONAL, the creative path plays a key role, a trait that can be easily embodied by its owner, Giancarlo Domirti, and his way of thinking and acting – an eclectic personality, with a keen eye for beautiful things and a strong interest in creativity, able to think outside the box, push the boundaries and achieve outstanding business results.

“We are pleased,” explained Domirti, when we met him for the interview last November, “to gather the customers’ inputs, even when they are on the lookout for things that, at first glance, seem unfeasible. However, upon reflection, that same demand spurs you into action, striving to develop and interpret what the customer, between opinions and points of view, submitted to us. In order to deal with everything, you end up applying said idea to leather. And, sometimes, the final result has nothing to do with the initial project, yet it is astonishingly interesting or, at the very least, captivating.”

DOGI INTERNATIONAL’s owner stated that, “several ideas do not reach the production phase, maybe because they are too innovative. Nevertheless, they linger there and, maybe after two-three years, are back in the spotlight. Without a doubt, this ongoing dialogue results in a creativity-driven environment and allows to encourage new solutions. We can somehow call it a “brainstorming”, fueled by the ideas provided by your partners. It can be compared to the behaviour of certain designers that, looking for some inspiration, visit toy, fabrics and shoe stores and, in the end, may find the right hints in a brick placed inside a plasterboards room. Sometimes, even a pebble on the ground, leaning against a leaf, may be enough, able to bring to mind a pattern or an unexpected chromatic combination. More often than not, you would have never had the courage to put together such bold solutions.”

“Inspiration,” he explained, “can be found everywhere, you must pay close attention and sometimes you are fascinated by little things. More than once, I have picked up a dry leaf or a piece of paper, thrown away by someone, put it in my pocket because I have found it fascinating. Then, I put it on my desk, trying, sooner or later, to turn it into an idea, just to say “now I know what to do” to copy the same pattern and apply it to leather. Maybe, at the end of the day, nothing practical comes out of it, yet it is a good exercise to keep an open mind and enhance creativity. The truth is that, you can’t work some magic when it comes to style, by now we have seen everything: nevertheless, there are many slight facets and nuances, seemingly simple, that are the result of several years of work and experience and that, once created, manage to arouse emotions.”

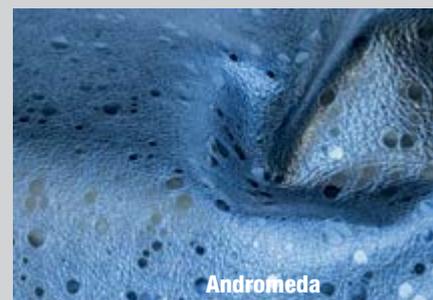
“My company,” pointed out Domirti, “has always aimed at providing handcrafted leathers featuring a top-notch processing technique. For this reason, right from the beginning, the corporate mission has revolved around the steady search for new technologies as well as the improvement of the price/quality ratio. Our pivotal challenge lies in successfully meeting the requirements of the fashion world and of the most demanding tanneries, as they do not settle for standard articles, but are constantly on the lookout for something more, something that can help them stand out. The customers turning to our firm can rely on a qualified “team”, attentive to their needs, able to focus exclusively on developing and interpreting their specific requests. This type of attitude results in thorough commitment to research and peculiar applications, the latter acknowledged as one of our key strengths, widely praised by the clientele, much to our satisfaction: over the years, our in-house staff has grown, succeeding in fulfilling the increasingly sophisticated market demands.” With regard to the pivotal role played by leather, even from an historical point of view, here is Giancarlo Domirti’s opinion. “Mankind has achieved progress thanks to leather. Suffice it to say that, in the past, water mills, used to grind flour, were provided with wooden gears that kept breaking down. It is no coincidence that the first industrial machines were equipped with electric engines featuring a leather belt that made the wheels, gears and pulleys work: there are old pictures and drawings highlighting how these leather components have managed to grow into a strategical element for progress and for the industrialization process. Actually, leather has been playing a key role in human history since the dawn of time, used for the first garments, for Romans’ sandals, and it still very much part of our lives. Furthermore, it is the apparel material with the lowest environmental impact, as it is a by-product of the food industry, the latter an essential service for humankind.”



Rihanna



Orchidea



Andromeda