

PORTAVOCE

Piccole imprese per un grande marketplace: due esempi bergamaschi

Davide Aresi

Intarsiatore di Brignano Gera d'Adda

Mi sono innamorato dei mobili classici ascoltando e imparando da mio padre Mario. Grazie anche a lui e alla sua esperienza ho cercato sempre di puntare alla ricerca di un rinnovamento delle linee dell'intarsio. Visto che sono da sempre un motociclista con la passione per le Harley Davidson, ho fatto in modo di coniugare l'amore per il mio lavoro alle motociclette: da qui è nato il mobile Kustom, dove gli eleganti ma rigidi canoni estetici del Mobile Arte si fondono alla Kustom Culture, psichedelica e frizzante cultura che viene dalla strada. Amazon è stata una sfida per verificare se i miei prodotti particolari potevano suscitare interesse. Consapevole che lo strumento era per la mia azienda un veicolo di grande promozione, ho aderito all'iniziativa per promuovere il mio marchio e rafforzare le mie azioni di costruzione della mia identità aziendale in internet.

D-SIGN

Diana Vasileva e il suo brand di abbigliamento

Mi chiamo Diana Vasileva, sono nata in Bulgaria (a Sofia) nel 1986, ma sono bergamasca di adozione. Dopo aver studiato presso l'Istituto Europeo di Design di Milano e aver accumulato esperienza in Italia e all'estero con l'azienda di abbigliamento di famiglia, nel 2014 ho avviato D-Sign Collection, il mio brand di abbigliamento. Ho deciso di puntare sulla costante ricerca dell'eccezione nella progettazione come nella ricerca dei materiali, nel disegno dei modelli come nella confezione dei prototipi. Rinnovamento e innovazione, cambiamento e rigenerazione prendono forma anche nel logo che ho scelto: l'uroboro, antica rappresentazione di un serpente o di un drago che si morde la coda, espressione di continuo movimento, rigenerazione, trasformazione. Ho subito deciso di aderire a questo progetto perché la spinta all'innovazione, il ricorso al digitale, e la brand identity di Amazon si sposano perfettamente con l'orientamento alla sperimentazione propri del mio marchio: ogni collezione nasce da una attenta ricerca di materiali, dei tagli, dei particolari. Ho voluto cogliere quest'opportunità anche perché permette a me, piccola artigiana che produce pezzi di qualità, di farmi conoscere su un mercato globale, un target altrimenti irraggiungibile. Senza contare che un periodo promozionale di 13 mesi a costo zero non poteva che essere colto.