

SILVIA GRASSI DAMIANI

Vice Presidente
Gruppo Damiani



«La sola *tradizione* non è sufficiente, siamo orgogliosi di mostrare anche l' *esclusività*, l' *innovazione* e la *passione* per quel che facciamo.»

di Alexia Rizzi

A close-up portrait of Silvia Grassi Damiani, a woman with blonde hair, wearing a black top, a diamond choker necklace, and a diamond bracelet. She is looking directly at the camera with a slight smile. Her hands are clasped in front of her, and she is wearing a diamond ring on her left hand. The background is dark and out of focus.

biografia

Silvia Grassi Damiani si è diplomata in Direzione di Impresa e in Gemmologia presso l'IGI. Dal 1985 lavora nell'azienda di famiglia dove ha seguito l'acquisto delle perle e il lavoro dello staff creativo. Dal 2010 al 2013 ha vissuto a Los Angeles. Attualmente segue **la comunicazione e le campagne pubblicitarie** del Gruppo, dirige le attività legate a testimonial ed è Vice Presidente del Gruppo Damiani con delega alle **relazioni esterne** e all'immagine del gruppo. Ha ricoperto il ruolo di Direttore Immagine del Gruppo Damiani e scelto personalmente **testimonial internazionali** di grande notorietà per rappresentare i marchi del Gruppo. Nel 1996 ha vinto un **Diamond International Award**.

azienda

Fondata a Valenza nel 1924, l'azienda Damiani è oggi guidata dalla terza generazione, i fratelli Guido, Silvia e Giorgio Damiani. Damiani è leader nel mercato italiano della produzione e commercializzazione di **gioielli e di orologi** di alta gamma. Ogni gioiello Damiani è il risultato di un **lavoro creativo accurato**, di un design esclusivo, di una grande attenzione ai dettagli, alla qualità delle gemme e alla precisione della manifattura artigianale. Damiani è presente in Italia e nel mondo con **59 boutique** ed è distribuito in circa **600 punti vendita** esclusivi nel mondo.

Dalle origini a oggi, quali sono i passaggi salienti della storia di un brand tutto italiano come Damiani?

Valenza è il luogo dove siamo nati, in cui sono ubicati i nostri uffici e avviene la nostra produzione. E dove ha avuto inizio la nostra storia. Mio nonno, Enrico Damiani, ha iniziato qui a disegnare e produrre gioielli nel 1924, creando capolavori e gioielli speciali con diamanti, studiati su misura per le famiglie nobili del tempo. Presto fu seguito da mio padre, Damiano, che assunse il controllo della società nel 1953, trasformando il piccolo laboratorio a gestione familiare in un'impresa internazionale. I miei fratelli e io siamo entrati in azienda nei primi anni '90. Nel 1996, mio padre morì in un incidente automobilistico e mio fratello Guido assunse il controllo come Amministratore Delegato.

In quel periodo, la società era leader del mercato italiano della gioielleria e annoverava 200 dipendenti e un fatturato annuale di 50 milioni di euro. Oggi, Damiani è una società quotata alla Borsa di Milano e vanta circa 600 dipendenti. Il suo fatturato annuale è triplicato rispetto al 1996.

Tradizione e innovazione: come si coniugano questi due valori nella mission di un'azienda di gioielli famosa in tutto il mondo?

Il lavoro dell'orafo e dell'incastonatore è ancora esattamente lo stesso dei tempi di mio nonno. La manualità è rimasta invariata: vedere Sante Rizzetto, il Mastro Incastonatore che lavora in Damiani da 50 anni, mentre sta incastonando con estrema cura un diamante da 1 carato su un anello da fidanzamento Minou, uno degli anelli più venduti da Damiani, è sempre un'emozione. La nostra tradizione è il

regalo più prezioso che mio nonno e mio padre ci hanno lasciato in eredità. Siamo gli unici gioiellieri nati come disegnatori e produttori, mentre tutti i nostri concorrenti hanno esordito come venditori al dettaglio e hanno poi acquistato laboratori per produrre, oppure hanno esternalizzato la produzione. Ma poiché la sola tradizione non sarebbe sufficiente, siamo orgogliosi di mostrare anche esclusività, innovazione e passione per ciò che facciamo.

E con una strategia di marketing innovativa?

I nostri valori sono la tradizione, l'eccellenza e il "savoir faire" accumulati in 90 anni di storia. Pur rimanendo legati a una forte tradizione artigiana, che garantisce una qualità eccezionale, da sempre prediligiamo l'innovazione nel design, così come nella produzione, nelle strategie di marketing e di comunicazione.



Damiani presenta solitamente due collezioni l'anno: a marzo a Baselworld e a settembre per il periodo natalizio. Oltre a queste, Damiani vanta inoltre un'esclusiva collezione di Capolavori, unica nel suo genere, o disegnata su misura del cliente. Questi gioielli sono creati e prodotti dal team Damiani Masterpieces sotto la direzione di Giorgio Damiani.

“L’innovativa strategia di marketing e comunicazione del Gruppo Damiani è da sempre un segno distintivo di quest’azienda eccellente del Made in Italy.”

Creatività e unicità sono un segni distintivi della firma Damiani: ci ricorda un traguardo importante che la vostra azienda ha conquistato?

Damiani è l’unico marchio al mondo ad avere vinto 18 Diamond International Awards. Un record ineguagliato. Per quasi mezzo secolo, i Diamonds International Awards hanno reso onore alle più originali e influenti creazioni dell’alta gioielleria con diamanti. Considerato l’“Oscar” della gioielleria, è stato il concorso di design più importante e più prestigioso del mondo. Avere ricevuto ben 18 di questi riconoscimenti è un grande traguardo oltre che un motivo di orgoglio.

Un tour e una collezione di dieci gioielli esclusivi: ci parla dei festeggiamenti del 90° anniversario di Damiani?

Abbiamo appena iniziato i festeggiamenti per celebrare i 90 anni di storia della nostra azienda. Le prime tappa del tour, che toccherà le principali città del mondo, sono state a Roma lo scorso

novembre, e a Parigi a gennaio. Entrambe hanno riscosso un grandissimo successo da parte dei nostri clienti che sono venuti da tutto il mondo per vedere le nostre creazioni. Per l’occasione abbiamo creato dieci pezzi in esclusiva per rappresentare ogni decennio di storia attraversato dall’azienda e che saranno riprodotti in soli 9 esemplari numerati. Siamo l’unico gioielliere internazionale ancora guidato dagli eredi del fondatore.

“Vestire” le star del cinema e offrire alle persone comuni la possibilità di personalizzare il loro gioiello: una sfida che mescola sogno e realtà?

star internazionali rendono il marchio immediatamente riconoscibile, e grazie alla loro eleganza e stile, aiutano a fare crescere la brand awareness. Siamo molto soddisfatti della visibilità che ci danno i nostri ambasciatori. Soprattutto quando indossano gioielli a grandi eventi internazionali.

