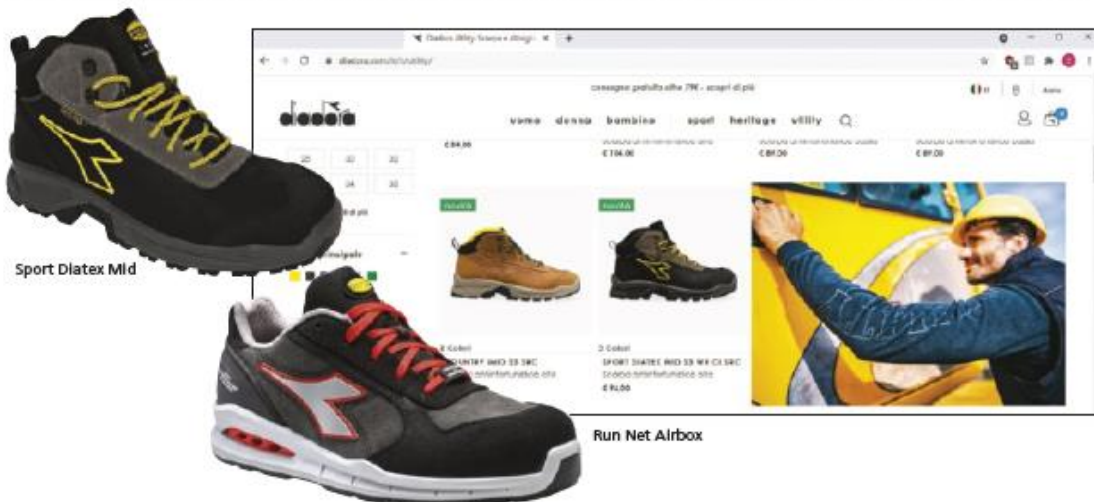


GIORGIO PIRA, GLOBAL SALES DIRECTOR UTILITY DI DIADORA

## INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ

La nuova linea Cross ispirata al mondo outdoor e i progetti green Glove Eco e cotone organico GOTS, ma anche il lancio del servizio di personalizzazione abbigliamento, mentre sul fronte digitale prosegue l'investimento sull'e-commerce.



**Q**uali sono stati gli effetti della pandemia sul vostro business? Ci sono stati dei cambiamenti rispetto al periodo pre Covid?

Il 2020 è stato un anno fuori dall'ordinario, che ha confermato certezze alle aziende che negli anni hanno investito risorse finanziarie nello sviluppo delle tecnologie e dei materiali applicate ai prodotti. Il fatturato del 2020 è stato in linea con l'anno precedente, nonostante i mesi di lockdown che hanno colpito le diverse geografie dove operiamo. Il 2021 ha da subito segnato un trend positivo, la sicurezza è diventato un aspetto cruciale.

**Avete introdotto dei cambiamenti sul vostro portale per rispondere a nuove esigenze legate all'attuale situazione?**

L'e-commerce è sempre stato un importante touch point con il quale raggiungere il consumatore anche prima del lockdown. Il nostro consumatore ha bisogno di capire subito qual è il DPI corretto per il proprio lavoro, per questo abbiamo creato la sezione con la destinazione d'uso, quella con le tecnologie e quella con le certificazioni.

**Quali, tra i modelli di calzature da voi proposte, sono i più richiesti?**

Nelle calzature, abbiamo registrato performance straordinarie nella famiglia Glove - che compren-

de anche la nuova linea Glove MDS - e Run Net Airbox, le ultime nate nell'offerta delle calzature. Nell'abbigliamento, i capi con tecnologia Breathing System by Geox hanno fatto registrare degli ottimi risultati di vendita grazie al mix tra tecnologia e stile. Il 2021 vede invece diverse importanti novità entrare a far parte del nostro catalogo: nasce il progetto Cross, con la linea di abbigliamento dedicata e le linee di calzature Cross Country e Cross Sport, ispirato al mondo outdoor. Glove Eco è un altro importante progetto della collezione di quest'anno, un ulteriore passo verso un approccio più sostenibile nelle collezioni Diadora Utility. In tema di sostenibilità, un altro passo importante riguarda l'utilizzo di cotone organico certificato GOTS (Certificato ICEA nr. GOTS 2019-057) anche per le polo Utility 100% cotone. Altre importanti novità entreranno inoltre a far parte della nostra collezione a partire dalla seconda metà dell'anno.

**Quali sono gli aspetti della calzatura che il consumatore ritiene più importanti oggi rispetto al passato (prezzo, durata, leggerezza, look ecc)?**

Come detto prima, l'aspetto qualitativo nelle sue diverse declinazioni diventa premiante. La combinazione tra i requisiti di leggerezza, traspirabilità e cushioning è oggi fondamentale per il lavoratore

che ricerca il comfort totale nel dispositivo di protezione. L'estetica, anche se non è il fattore cruciale che guida la scelta, è comunque molto apprezzato. Le nostre scarpe, grazie all'influenza costante del mondo dello sport di Diadora, assomigliano molto a delle sneaker ed è un fattore differenziale rispetto a qualsiasi altro player del mercato.





Giorgio Pira

Esistono all'interno del sito dei percorsi volti a migliorare l'esperienza di vendita e offrire una grande 'shopping experience'?

Tutto il nostro sito è volto a migliorare costantemente l'esperienza di acquisto: dall'individuazione del corretto DPI in base alle necessità o al lavoro svolto dall'utilizzatore finale, sino al coinvolgimento dell'utente attraverso video emozionali. Questo settore è sempre in continua evoluzione e con esso gli strumenti che possiamo utilizzare.

Nella vostra strategia aziendale sono presenti dei prodotti o delle capsule collection concepite e vendute solo in rete?

Tutta la nostra collezione Utility, per scelta, è venduta sia online che offline.

Esistono o pensate possano esistere in futuro dei servizi di personalizzazione dei prodotti proposti?

Dal gennaio 2021 abbiamo lanciato il servizio di personalizzazione dell'abbigliamento da lavoro, i capi Utility potranno essere personalizzati direttamente da noi attraverso un flusso veloce e snello che consente all'azienda finale di vedersi recapitate le divise presso il distributore di fiducia. Il servizio offerto risponde a un'esigenza sempre più evidente del mercato, il distinguersi e rendersi visibile all'esterno è sinonimo di professionalità.

Come pensate cambierà nel prossimo futuro il mercato dei DPI?

In questi mesi, il mercato, ha avuto una fluttuazione positiva, trainata dai DPI anti Covid-19. La pandemia ha generato e genererà diversi cambiamenti, come una maggiore consapevolezza del rischio da parte del lavoratore e quindi una ricerca costante della sicurezza personale, ma anche una maggiore attenzione delle aziende nell'individuare partner seri ed affidabili, con un occhio al budget. Penso che il bilanciamento di queste due forze decreterà il successo di un'azienda e di un brand.

GIORGIO PIRA, GLOBAL SALES DIRECTOR UTILITY FROM DIADORA

## INNOVATION AND SUSTAINABILITY

*The new Cross line inspired by the outdoor world, the Glove Eco and GOTS organic cotton green projects, but also the launching of a customisation service for apparel, while investments in e-commerce continue on the digital front.*

**What were the effects of the pandemic on your business? Have there been any changes from the pre-Covid period?**

2020 was an unusual year, which provided guarantees to businesses that had invested financial resources over the years in the development of technologies and materials applied to products. Our 2020 turnover was in line with the previous year, despite the months of lockdown, which hit the different geographic areas where we work. 2021 immediately gave signs of a positive trend, and safety has become a critical factor. Did you introduce changes to your portal in reply to the new needs connected to the current situation?

E-commerce was always an important touch point, which we could use to reach consumers even before the lockdown. Our consumers have the immediate need to understand what PPE is right for the jobs they do, and for this reason, we have created a special section for intended use, one for technologies, and one for certifications.

**Which of your footwear models are the most in-demand?**

In footwear, we recorded an extraordinary performance with the Glove family – which also includes the new Glove MDS line – and Run Net Airbox, the latest products in our footwear proposal. In apparel, the clothes featuring the Breathing System by Geox technology recorded optimum sales results, thanks to the mix of technology and style characterising this line. 2021 instead sees different new entries appear in our catalogue: there's the debut of the Cross project, with a line of dedicated apparel and the Cross Country and Cross Sport lines of footwear, which take their inspiration from the outdoor world. Glove Eco is another important project of the collection this year, and a further step forward towards a sustainable approach in the Diadora Utility collections. In terms of sustainability, another important step has been made with the use of GOTS certified organic cotton (Certified ICEA nr. GOTS 2019-057) also in our 100% cotton Utility polo shirts. Other important innovations will become part of our collection in the second half of the year.

**What aspects of footwear are considered the most important by consumers today when compared to the past (price, durability, lightness, look, etc.)?**

As I said, the qualitative aspect from a number of standpoints becomes rewarding. Today, the combination of lightness, breathability, and cushioning is fundamental for workers in search of total comfort in their PPE. The look, even if it not a critical factor behind the choice, is any case very much appreciated. Our shoes, thanks to the constant influence of the Diadora athletic world, resemble sneakers a lot, and this distinguishes us from all other players on the market.

**Are there specific areas on your website aimed at improving the sales experience and offering an excellent 'shopping experience'?**

Our entire site is aimed at constantly improving the purchasing experience: from the identification of the correct PPE in accordance with specific needs or the job done by the end user, all the way up to videos that emotionally engage users. This sector is in constant evolution and so are the tools we can use in it.

**In your company strategy, are there products or capsule collections conceived and sold only online?**

By choice, our entire Utility collection is sold both online and offline.

**Do there exist or do you think there might exist in the future customisation services for the products proposed?**

In January 2021, we launched a customisation service for workwear, and Utility clothing can be directly customised through us by using a fast and streamlined service that allows the company in question to have the uniforms directly delivered to their distributor of choice. The service offered replies to an increasingly clear need of the market, where standing out with an externally visible presence is synonymous with professionalism.

**How do you think the PPE market will change in the near future?**

In recent months, the market has been characterised by a positive trend, driven by anti-Covid-19 PPE. The pandemic has generated and will generate different changes, like greater awareness of risk by workers and accordingly a constant search for personal safety, but also greater attention by companies to the identification of serious and reliable partners, with an attentive eye to their budgets. I believe the balancing of these two forces will determine the success of both companies and brands.