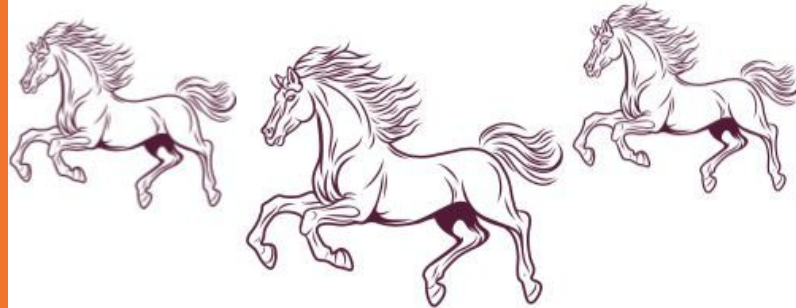


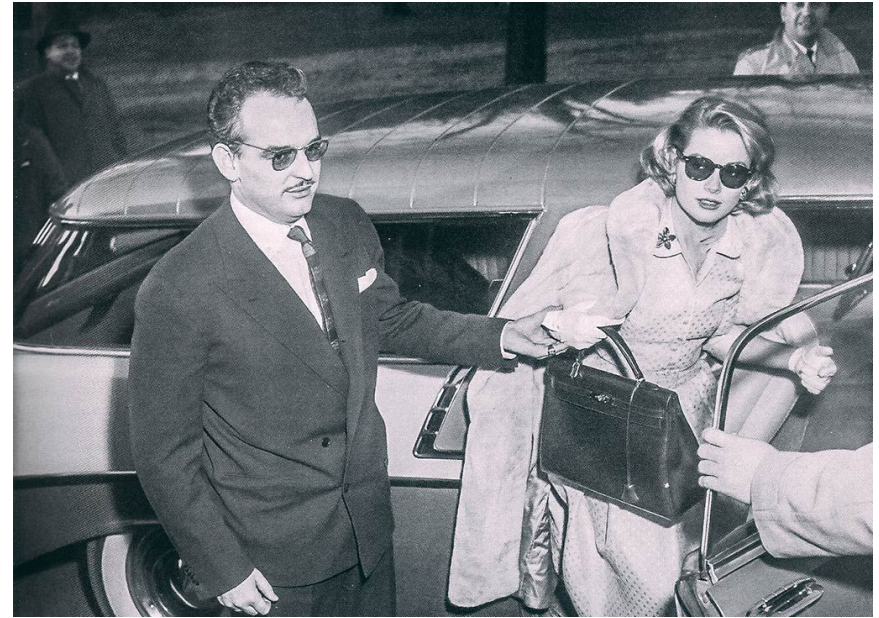


SEMRÉH



PUNTIAMO IN ALTO PER IL MEGLIO

La nostra visione è diventare il punto di riferimento per l'artigianato italiano "senza tempo", rifiutando la logica della *fast-fashion* a favore della durabilità generazionale. Ma la nostra **missione**: è creare oggetti in pelle cuciti interamente a mano, utilizzando solo materiali tracciabili e sostenibili, destinati a un'élite di collezionisti.



MA COME CI DISTINGUIAMO?

- **Indipendenza: Controllo totale della filiera (niente licenze).**
 - **Pazienza Strategica: Non inseguire le tendenze, ma creare icone che non passano di moda.**
- **Rapporto Domanda/Offerta: Mantenere la produzione leggermente al di sotto della domanda per creare desiderio e valore d'investimento.**

IL NOSTRO 'SAVOIR-FAIRE'

Invece di una fabbrica, lavoriamo in un "Laboratorio Aperto". Ogni artigiano è responsabile del prodotto dall'inizio alla fine (metodo *one-man-one-bag*).

- **Tecnica Unica:** Utilizzo esclusivo del **punto sella** (cucitura a due aghi), impossibile da replicare perfettamente a macchina.

Abbiamo Partnership dirette con concerie d'eccellenza (in Toscana o Francia) per pellami pregiati (vitello box, alligatore certificato CITES).



STRATEGIA BRANDING E DISTRIBUZIONE

- **Il Prodotto Eroe:** Identificare un design distintivo (es. una chiusura meccanica unica o una forma architettonica) che diventi il simbolo del brand.
- **Packaging:** Creare un'esperienza di unboxing rituale (scatole fatte a mano, materiali sensoriali).
- **Servizio Post-Vendita:** "Atelier di Restauro" interno per garantire che ogni oggetto possa essere riparato e tramandato, aumentando il valore dell'usato e la reputazione del brand.
- **Pricing:** Posizionamento *Ultra-Premium*. Il prezzo deve riflettere le ore di lavoro manuale (es. borsa 'Bijoux' a partire da €4.000+).
- **Canali di Vendita:**
 - **Flagship Store:** Un unico negozio fisico in una capitale del lusso (Milano, Parigi, Tokyo) progettato come un salotto, non come un supermercato del lusso.
 - **Digital:** Presenza online minimalista, focalizzata sullo storytelling dell'artigiano. La vendita dei pezzi più iconici avviene solo tramite appuntamento o invito.

In un mercato saturo di loghi e messaggi pubblicitari, la strategia per un'impresa deve basarsi sull'anti-marketing. Questo approccio non cerca di convincere il cliente ad acquistare, ma lo invita a scoprire un mondo d'eccellenza. La comunicazione nel 2025 non passa attraverso i media tradizionali o gli influencer di massa, ma si affida allo storytelling del gesto: mostrare l'artigiano all'opera, il suono del filo che attraversa la pelle, la ricerca spasmodica della perfezione tecnica. L'obiettivo è trasformare il prodotto in un "oggetto del desiderio" la cui rarità non è un artificio di marketing, ma una conseguenza naturale del tempo necessario per crearlo. Questo genera la cosiddetta scarsità controllata, che protegge il marchio dalla svalutazione e elimina la necessità di fare sconti o saldi, preservando l'aura di prestigio in ogni momento.



Marketing dell'Invisibilità e Solidità Finanziaria nel Lungo Periodo

Dal punto di vista finanziario, questa filosofia si traduce in un modello di business estremamente resiliente ma che richiede una **visione generazionale**. L'investimento iniziale nel 2025 è necessariamente elevato, poiché non si risparmia sulle materie prime (pelli certificate e tracciabili) né sul capitale umano (formazione dei maestri artigiani). Sebbene il *break-even point* possa apparire più lontano rispetto a un brand di moda tradizionale (stimato verso il 4° anno), la redditività a lungo termine è superiore.

Il valore dell'impresa cresce proporzionalmente alla capacità dei suoi prodotti di mantenere o aumentare il proprio prezzo nel mercato del *resale* (second-hand di lusso). Nel 2025, integrare un passaporto digitale via Blockchain non è solo un vezzo tecnologico, ma un asset finanziario: garantisce l'autenticità e la storia del pezzo, trasformando ogni borsa o accessorio in un vero e proprio bene d'investimento rifugio, simile all'oro o alle opere d'arte. Questo garantisce margini operativi elevatissimi e una fedeltà del cliente che trascende le fluttuazioni economiche globali, ricalcando esattamente la traiettoria che ha reso Semrèh il titolo più solido del lusso europeo.



SEMREH



GRAZIE PER L'ATTENZIONE ED ACQUISTATE SEMREH