

# RIDISEGNATA LA RETE VENDITA A SUPPORTO DEL BRAND

Damast sta espandendo la propria rete vendita per portare il brand, simbolo della doccetteria, a un nuovo livello di visibilità sul mercato

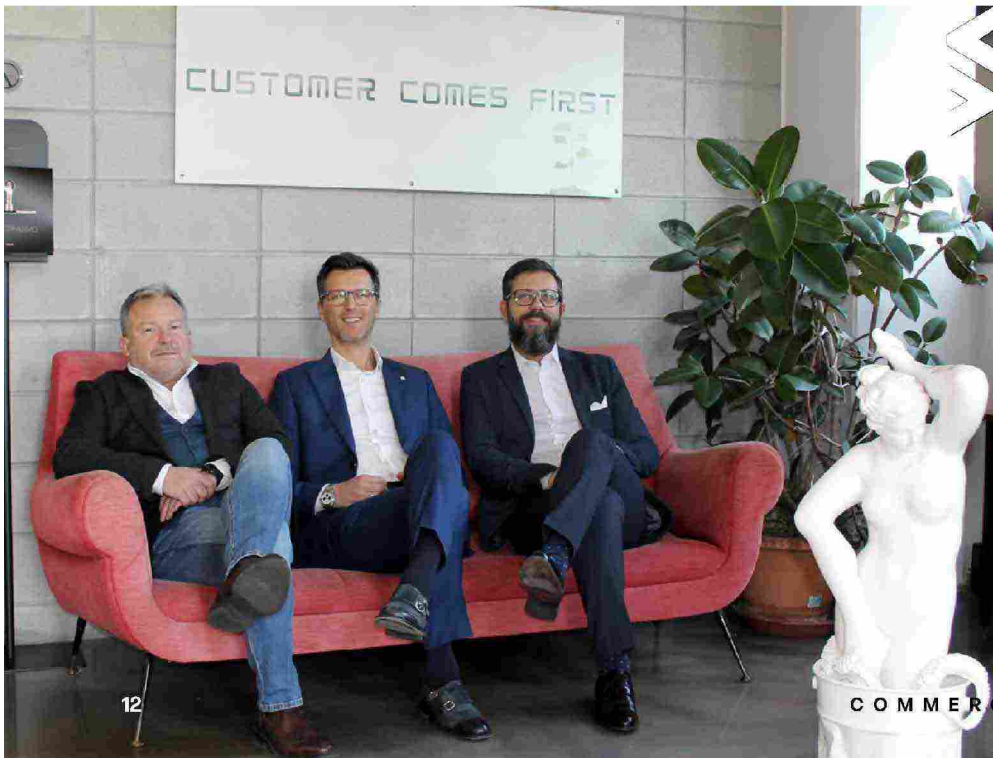
**Lucia Seppia**

Da sinistra, l'Area Manager Nord Paolo Mora, il direttore commerciale Emiliano Facchi e l'Area Manager Centro-Sud Giuseppe Reale

**R**adicata nel settore ITS da oltre vent'anni, Damast si distingue per un'offerta che mette al centro un nuovo modo di vivere la sala da bagno, focalizzandosi sulla cultura della doccia. L'azienda, specializzata in soluzioni in grado di veicolare l'acqua in modo efficiente e sofisticato e al contempo garantire comfort e benessere, si pone progetti ambiziosi per il prossimo anno, sotto la guida del direttore commerciale Emiliano Facchi, da poco approdato in azienda.

## Quando è arrivato in Damast?

La mia collaborazione con Damast - che conoscevo solo dall'esterno, vivendo nel distretto industriale del Novarese - è iniziata a settembre 2025. Entrando in azienda ho trovato un ambiente sereno e coeso, un'azienda solida con una storia di 25 anni fatta di crescita, passione e costante ricerca per migliorarsi.



12

COMMERCIO IDROTERMOSANITARIO

L'obiettivo di Damast per il 2026 è quello di intensificare la presenza territoriale in Italia, andando a sviluppare aree vergini nel tentativo di prendere quote di mercato. Per questo, abbiamo inserito agenzie nuove per il Nord dell'Emilia, le province di Bologna, Ferrara e per la Lombardia del Sud, più un'agenzia per le province di Milano, Bergamo e Varese. Abbiamo inoltre sostituito l'agenzia per il Piemonte

**Emiliano Facchi**, direttore commerciale di Damast



### Quali sono state le sue prime mosse in azienda?

In primis mi sono limitato ad analizzare la struttura commerciale, le tipologie di cliente e i relativi canali, le criticità di alcuni processi aziendali, la distribuzione e la presenza dell'azienda sul mercato. Sin da subito ho avvertito che Damast avesse la propria identità: a volte si tratta solo di unire i puntini per definirla concretamente, e una figura che arriva da esperienze in altri settori e meno "inquinata" può coadiuvare questo processo.

### E in termini commerciali?

Storicamente Damast è molto presente nel Centro-Sud Italia e molto meno al Nord. La priorità pertanto è stata quella di rafforzare la rete vendita con agenzie nuove. Oltre a quelle esistenti in Liguria e Triveneto, tra la fine del 2025 e l'inizio del 2026 abbiamo implementato un'agenzia per il Nord dell'Emilia, un'agenzia per le province di Bologna, Ferrara e per la Lombardia del Sud, un'agenzia per le province di Milano, Bergamo e Varese; infine abbiamo sostituito l'agenzia per il Piemonte. L'obiettivo è intensificare la presenza territoriale, andando a sviluppare aree vergini nel tentativo di prendere quote di mercato.

Pertanto a oggi possiamo contare su 21 agenzie e un totale di 30 agenti, tutti validi professionisti che hanno desiderio di veicolare Damast nei loro territori di competenza. Alcuni di questi agenti "vestono" la maglia Damast da circa 20 anni, dimostrando attaccamento e passione per quest'azienda. Ci auguriamo che anche i nuovi arrivati possano raggiungere questo traguardo in termini temporali e di raggiungimento di obiettivi.

### Come coordinate tutte queste agenzie?

Anche questa è una novità: al fine di supportare al meglio le agenzie e far conoscere sempre più l'azienda nelle rispettive aree, da inizio 2026 ho deciso di suddividere l'Italia in tre macro-zone. Una parte del Centro e il Sud sono coordinati da Giuseppe Reale, l'area del Nord è supervisionata da Paolo Mora e la restante parte del Centro è in capo a me, perché non è solo un piacere ma soprattutto è necessario che io sia attivo e presente sul mercato. È fondamentale a mio avviso avvertire come viene percepita Damast e qual è il posizionamento dell'azienda (così come quello dei principali concorrenti) sul mercato, di cui è determinante intercettare le tendenze. L'insieme degli agenti e degli area manager - con Stefania e Dalia, importantissime e super-efficienti nel loro ruolo di back office - costituisce un team affiatato, che lavora quotidianamente con il sorriso al fine di raggiungere obiettivi importanti.

Scopri qui il catalogo Collezione  
2026/27



### Cosa può dirci per quanto riguarda il mercato estero?

Al momento non rappresenta una priorità: come dicevo, in primis vogliamo concentrarci sullo sviluppo delle aree geografiche a noi più vicine, anche perché richiedono risorse umane e finanziarie diverse rispetto ai mercati esteri.

Quest'anno abbiamo fissato un obiettivo di crescita ambizioso per l'Italia, che riteniamo realizzabile attraverso lo sviluppo di clienti, l'attività degli agenti, l'incremento della presenza presso i clienti esistenti e l'aumento delle quote di mercato.

### Quali sono gli strumenti in dote alla rete vendita al fine di raggiungere questo obiettivo ambizioso?

Senza altro la profondità di gamma, che da anni ci contraddistingue, e la capacità di coprire diversi livelli di posizionamento di prezzo sul mercato. Inoltre, il nostro dipartimento marketing, diretto da Giuseppe Reale, ci ha messo a disposizione tre nuovi strumenti di comunicazione rivolti ai differenti canali di vendita: il catalogo Emporio presenta una gamma completa per rispondere a tutte le esigenze di installatori e professionisti del settore idraulico, mentre i cataloghi Collezione e Soluzioni 2026/27 rappresentano l'evoluzione coerente e strutturata del percorso di Damast nel mondo della doccetteria. I contenuti riflettono pienamente l'identità del brand, proponendo una gamma di prodotti distintivi per design, qualità e attenzione al dettaglio, espressione del gusto italiano.

Unitamente a tali strumenti, abbiamo presentato alla recente riunione agenti i nuovi sistemi espositivi che contribuiscono a rafforzare la brand awareness nel punto vendita, rappresentando al meglio la nostra gamma di prodotto.

### Come vede Damast nei prossimi anni?

Il nostro imprescindibile progetto per il 2026 è l'aumento della presenza dell'azienda sul territorio e quello delle quote di mercato. In seguito, la strategia aziendale di Damast quale prima doccetteria italiana specializzata è quella di continuare a sviluppare prodotti identificativi e iconici, al fine di aumentare la percezione del brand e portare avanti la nostra ambizione: arredare il bagno come "metro quadro di benessere" - per citare la definizione del nostro direttore marketing Giuseppe Reale.

Per il 2027, stiamo lavorando a un ulteriore importante progetto, per cui vi invitiamo a restare sintonizzati con il mondo Damast tramite i canali web e social per essere sempre aggiornati.

