

Atelier Custom Milano



Il tuo stile, fatto a mano

Atelier Custom Milano nasce a Milano dall'idea di un piccolo team creativo che crede nello stile personalizzato.

L'impresa opera nel settore della moda e della personalizzazione, trasformando scarpe e capi d'abbigliamento in pezzi unici.

Oggi conta 1 sede a Milano e 3 dipendenti: 1 commesso e 2 designer che uniscono creatività e artigianalità.

L'azienda offre beni e servizi di personalizzazione su misura.



Perché l'impresa può avere successo: sfrutta l'alta richiesta di streetwear unico posizionandosi a Milano, centro della moda globale.

Caratteristiche dei fondatori: team di designer esperti nel trasformare le idee dei clienti in prodotti esclusivi e curati.

Presenza sul territorio: la concorrenza conferma la validità del mercato e funge da stimolo per innovare costantemente.

Partner e clientela: collaborazioni con eccellenze locali per servire un target di giovani, creativi e turisti.



Nel settore artigianale/commerciale i principali rischi sono tagli, ustioni, sostanze chimiche e cadute. Le fonti di riferimento sono INAIL, Ministero del Lavoro e D.Lgs. 81/2008. L'imprenditore deve valutare i rischi, garantire un ambiente sicuro, formare i lavoratori e assicurarli all'INAIL. Il lavoratore deve rispettare le norme di sicurezza, usare correttamente strumenti e DPI e segnalare situazioni di pericolo



In futuro Atelier Custom Milano può evolversi ampliando l'offerta di prodotti personalizzati e rafforzando la vendita online, arrivando a servire clienti in tutta Italia e all'estero. È possibile prevedere step di crescita successivi: partire da un negozio a Milano, ampliare l'e-commerce, collaborare con brand e designer, e diventare un marchio riconosciuto nel settore della moda personalizzata.



RISCHIO	Livello di rischio (da 1 a 3)	prevenzione	assicurazione	altre opzioni
Incendio e calamità	2	impianti elettrici a norma, estintori, ordine in laboratorio e magazzino	Incendio base per negozio	Piano di emergenza, backup materiali
Infortuni sul lavoro	2	Formazione sicurezza, DPI (guanti, mascherine), uso corretto dei macchinari	INAIL (obbligatoria)	Procedure di lavoro sicure
Cyber risk	1	Password sicure, backup dati, antivirus	Non necessaria (troppo costosa per un negozio di dimensioni così ridotte)	Backup su cloud/ drive esterno
Danni a terzi	3	Attenzione a clienti in negozio, pavimenti non scivolosi.	RC civile per attività commerciale	Segnaletica, manutenzione locale.

Cambiamento nei gusti dei consumatori	2	Seguire trend moda, social, collaborazioni.	Nessuna	Diversificare stili e prodotti
Furto in magazzino o negozio o durante il trasporto	2	Allarme, telecamere, chiusure sicure.	Assicurazione furto base.	Ridurre stock in negozio.
Perdita quote di mercato a vantaggio della concorrenza	2	Qualità, personalizzazione unica, marketing social.	Nessuna	Fidelizzazione dei clienti
Blackout e interruzioni nella produzione	1	Manutenzione impianti, orari flessibili.	Nessuna	Recupero ordini nei giorni successivi.

Durante la personalizzazione di una sneaker, un errore nell'uso dei colori rovina in modo permanente la scarpa di un cliente. Alla consegna il cliente si accorge del danno, si lamenta e richiede il rimborso, causando una perdita economica immediata e un possibile danno all'immagine dell'atelier.



Protezione assicurativa:

L'evento è coperto dalla RC Terzi, che interviene per rimborsare il valore della scarpa danneggiata, neutralizzando la perdita economica diretta per l'atelier.

Misure di prevenzione:

Sono stati adottati test tecnici sui materiali e protocolli di controllo qualità. Una gestione professionale del reclamo permette di contenere il danno d'immagine e preservare la fiducia del cliente.



Danno diretto:

L'atelier subisce una perdita economica immediata dovuta al rimborso richiesto dal cliente per la scarpa danneggiata e ai ritardi nelle consegne causati dalla gestione del reclamo.

Danno indiretto:

L'evento può danneggiare la reputazione dell'impresa, facendo percepire poca attenzione alla qualità del servizio. Il passaparola negativo può ridurre la fiducia dei clienti e influire sulle vendite future.



Cosa ha funzionato:

La polizza RC Terzi ha rimborsato il costo della scarpa, annullando la perdita economica. La gestione immediata del reclamo ha evitato un conflitto peggiore con il cliente al momento della consegna.

Cosa è risultato mancare:

Un test preventivo sui materiali per evitare l'errore tecnico e una liberatoria firmata che regolasse i rischi della lavorazione, utile a tutelare legalmente l'atelier e la sua reputazione.



Azioni riparatorie e Marketing:

Offerta di una nuova personalizzazione gratuita o un forte sconto su acquisti futuri per recuperare la fiducia. Comunicazione trasparente sui social riguardo ai nuovi standard di qualità per trasformare l'errore in una prova di serietà e cura verso il cliente.

Riflessioni sulle azioni future:

Va mantenuta la copertura RC Terzi, ma è necessario aggiungere test tecnici obbligatori su ogni nuovo materiale. Bisogna introdurre una liberatoria contrattuale e rafforzare la formazione del team sulla chimica dei colori per azzerare gli errori tecnici.



Profili di vulnerabilità al rischio puro:

- I rischi più probabili sono i danni accidentali ai beni dei clienti (come l'errore sulla sneaker) e il furto in magazzino, data l'attrattiva dei prodotti streetwear gestiti.

Vulnerabilità al rischio d'impresa:

La minaccia principale è il cambiamento repentino dei gusti dei giovani, unita alla forte concorrenza milanese che impone un'innovazione costante per non perdere quote di mercato.

Cambiamenti strategici e lezioni apprese:

L'esperienza insegna che l'assicurazione è necessaria ma non sufficiente: occorre integrare protocolli tecnici rigidi e tutela legale (liberatorie). La prevenzione è l'asset strategico per proteggere la reputazione del brand.