

Brief

Storia azienda

Paul Bachmann nasce in Germania nel 1928 da una famiglia di fabbri artigiani. Con l'avvento del regime nazista la sua famiglia decide di trasferirsi in Canada. A contatto con la cultura canadese Paul e la sua famiglia portano avanti la loro attività anche nel nuovo paese, integrandosi alla perfezione.

Il forte sviluppo economico e urbanistico del dopoguerra favorisce l'apertura di una nuova attività anche grazie alla crescente richiesta di strumenti da lavoro. Pensando al prodotto da vendere e mettendo a confronto gli utensili di provenienza tedesca con quelli presenti sul mercato locale, Paul si rende conto che unendo le capacità e i metodi tedeschi alla qualità dei materiali canadesi si può ottenere un prodotto migliore. Da questo punto di contatto tra le due culture nasce DitDot, era il 1957.

Il successo dell'azienda è dovuto alla qualità dell'utensile: l'utilizzo del legno canadese associato alla lavorazione dell'acciaio secondo il metodo tedesco permette di ottenere un attrezzo più resistente.

I nostri prodotti

DitDot produce esclusivamente martelli di tipo tedesco, in tre pesi diversi: 500, 1000 e 1500 grammi secondo le normative UNI 7778 e DIN 1041. Le teste dei nostri martelli sono in acciaio forgiato, le parti battenti fresate, fortemente indurite. Il manico è in legno d'acero canadese con forma anatomica.

Valori

- Contatto

"Tutto ha origine dal contatto, che non è mai fine a sé stesso ma dà sempre vita a qualcosa. Le due culture che hanno permesso alla nostra azienda di nascere e sono il nostro punto di forza. Il contatto fra il martello e la superficie è il principio di un nuovo progetto".

- Coscienza

"DitDot crede nella capacità dei suoi clienti di diventare consapevoli delle proprie potenzialità. Con un martello in mano ci si rende conto di quello che si può fare e di quali sono i limiti da superare".

Vision

"Dare a chiunque gli strumenti per creare"

Mission

"Creare un prodotto durevole, resistente e professionale adatto per ogni necessità"

Il nostro obiettivo

Il prossimo anno ricorre il sessantesimo anniversario della nascita dell'azienda DitDot decide di espandersi sul mercato statunitense e far conoscere la propria identità. Per l'occasione vorrebbe un modo nuovo ed efficace per comunicare il prodotto ai possibili clienti.