

Arredamento

Nel 2021 ricavi a 150 milioni

WeDo, svolta sul fronte digitale e due acquisizioni entro metà anno

PADOVA (g.f.) Altre due acquisizioni entro il primo semestre. E nel frattempo, un investimento in chiave digitale, per dare a commerciale e gestione clienti la spinta dei big data. Continua a tappe forzate, alla svolta del nuovo anno, il piano di crescita di **WeDo**, la holding con sede a Padova che raggruppa le attività nell'arredamento che fanno capo ai figli di Ettore Doimo (Enza, Elis, Edy ed Eros), lungo il piano industriale 2021-'24 guidato dal presidente **Andrea Olivi** e dall'amministratore delegato **Ivano Selvestrel** (nella foto). Il primo passo è l'accordo con Salesforce per realizzare il nuovo sistema Crm per la gestione dei clienti, così da far fruttare i dati disponibili nelle sei aziende del gruppo (Dvo e Frezza nell'ufficio, Mis Medical nel sanitario, Arrital, Copatlife, Doimo e Busnelli, il marchio storico dell'imbottito di recente acquisito, nella casa). «Puntiamo a far crescere e consolidare il business delle aziende del gruppo, in un progetto comune, che integri i servizi delle singole realtà - spiega Selvestrel -, attraverso uno strumento, integrato ai diversi sistemi aziendali, per pianificare in modo strutturato strategie commerciali e di marketing guidate dai dati».

Sul piano più propriamente strategico, continuano nel frattempo le mosse per sostenere con ulteriori acquisizioni la crescita organica del gruppo, con l'obiettivo di proiettarsi a 400 milioni di euro di ricavi in tre anni. Dopo l'acquisizione ad ottobre di Busnelli, lo storico marchio brianzolo sul cui rilancio

sarà investito un milione e mezzo di euro, passo d'ingresso nell'imbottito con l'obiettivo di raggiungere solo lì ricavi per 40 milioni di euro in tre anni valorizzando anche le competenze già in casa, **WeDo** ha in canna un'altro paio di colpi da mettere a segno entro il primo semestre, sempre per completare la gamma d'offerta. «Ci interessa ancora l'imbottito, per raggiungere una dimensione adeguata, e poi l'illuminotecnica, che si, fa parte dell'arredamento, ma ha peculiarità proprie che vanno gestite da mani esperte. Vogliamo metterci un piede, attraverso un'azienda-target che abbia dimensioni adeguate per poterci far capire e approfondire le dinamiche, e pensare poi alla crescita dimensionale - spiega Selvestrel -. Stiamo lavorando intorno a marchi italiani ed europei».

Le previsioni per l'anno appena iniziato restano in casa **WeDo** positive. «Oltre le incertezze indotte dal nodo materie prime, abbiamo sensazioni molto positive. Abbiamo chiuso il 2021 con un fatturato consolidato di 150 milioni, in crescita importante sul 2020 (+20% rispetto a 126 milioni, ndr) - conclude l'ad -. La spinta della seconda parte del 2021 continua nell'ambito della casa, e delle cucine principalmente. Ma anche nell'ufficio si stanno riprendendo in mano una serie di progetti internazionali, con la conferma di commesse che ci fanno guardare avanti in maniera tranquilla. Ci attendiamo un 2022 che continuerà molto bene con la crescita interna, che pensiamo di poter accrescere ulteriormente con le acquisizioni».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

