

# Il Gruppo Doimo è già al di là della crisi

**L**a crisi in atto del settore mobiliario, nel contesto della forte contrazione dell'economia mondiale, ha costretto il Gruppo Doimo di Mosnigo di Moriago (Treviso) a misurarsi con una realtà di riferimento critica. Doimo lo ha fatto con la consueta determinazione e con la forza che gli deriva dalle sue potenzialità (36 aziende operanti nei comparti casa, ufficio, contract e sub-forniture) e dalla sua tradizione nel mobile che risale alla seconda metà degli anni Quaranta.

Per uscire dalla crisi, che sicuramente cambierà la futura realtà mondiale, delineando nuovi valori e nuove priorità, il Gruppo Doimo ha puntato in modo convinto sulla innovazione negli assetti operativi, nelle strategie e nei prodotti, sulla ricerca di nuovi sbocchi commerciali, sull'essere sempre più concretamente propositivo verso la clientela e anche su accordi promozionali di grande visibilità (come la co-sponsorizzazione del team di ciclismo professionistico Liquigas-Doimo): il tutto con l'obiettivo di non perdere le posizioni competitive raggiunte e difendere i suoi fatturati.

La ricerca di nuovi sbocchi

commerciali, in particolare, si è concretizzata attraverso molte iniziative, come il progetto "Arabitalia", nel quale il Gruppo Doimo è presente in modo esclusivo per quanto riguarda l'arredamento. Si tratta di un progetto da 1,5 miliardi di euro attivato dallo sceicco Abdul Mohsin Bin Abdulaziz al-Hokair, presidente del Gruppo Al-Hokair di Riad, che intende creare in Arabia Saudita 31 centri commerciali da 12 mila mq ciascuno, dedicati alle eccellenze del "Made in Italy", tra le quali appunto i mobili.

"In merito a questa iniziativa - ha dichiarato Olieve Doimo, referente per le Relazioni Esterne del colosso trevigiano - il nostro Gruppo sta mettendo a punto le necessarie strategie, per il momento non ancora definite compiutamente. Già fin d'ora si può dire, però, che si tratta di un'operazione importante, e non solo per il valore economico in sé, ma anche in riferimento alla negativa situazione congiunturale del settore mobiliario, per il quale ritengo che possa costituire un segnale di notevole rilevanza".

I risultati concreti degli sforzi compiuti dal Gruppo Doimo nell'ultimo anno hanno portato

alla totale salvaguardia dei posti di lavoro, alla creazione di accordi produttivi con marchi come Mattel e Disney e di accordi commerciali con marchi come Alpitour e Nespresso, tutti di forte impatto con il pubblico, e complessivamente a questa positiva realtà: non poche delle aziende chiuderanno il 2009 con un segno "più" rispetto all'anno precedente, come Doimo Cityline, Doimo Sofas, Doimo Salotti e Doimo Idea.

Doimo Cityline, in particolare, ha potuto contare sulla capacità produttiva e sulla funzionalità del suo nuovo e moderno stabilimento, entrato in piena attività lo scorso anno, e sul successo di vendita delle camerette Barbie e Winnie the Pooh.

Per tutto questo il Gruppo Doimo, il cui fatturato 2008 è stato di 370 milioni di Euro, guarda al futuro con fiducia, nella prospettiva della non lontana ripresa del mercato, che comincia già a evidenziarsi attraverso i primi e confortanti segnali.

Nella foto la nuova sede della Doimo Cityline, ubicata a Mosnigo di Moriago (Treviso), strutturata su una superficie coperta di 35 mila mq.

