

Dall'azienda

Per Woodco il 2021 sarà un anno *people-oriented*

Nuove collezioni che solleticano la creatività progettuale, nuove modalità di incontrare la rete vendita, nuovi strumenti a supporto del personale: Woodco scommette nel 2021 investendo ancora di più nel rapporto tra persona e azienda.

Woodco non si ferma e guarda avanti. È questo il messaggio che l'azienda, protagonista nel mercato italiano del parquet, vuole trasmettere ai suoi interlocutori. Nell'*annus horribilis*, il 2020, in cui la pandemia da Covid 19 ha letteralmente bloccato l'Italia e l'economia, Woodco non solo è riuscita a mantenere un fatturato sostanzialmente invariato, ma ha anche investito per crescere.

*“Il 2020 – spiega **Gian Luca Vialardi, Direttore Generale Woodco** – ci ha obbligato a rallentare e a riscoprire un modo di vivere diverso, con ritmi più “umani” e tecnologie a cui non eravamo abituati. Ci ha fatto riscoprire l'importanza delle persone, del dialogo, del confronto. Aspetti che prima forse si davano per scontati, ma che da ora in avanti dobbiamo imparare a valorizzare ancora di più in ambito aziendale, oltre che nella nostra quotidianità”.*

Coltivare e rafforzare il rapporto con i dipendenti, con la propria rete vendita e con i professionisti della progettazione è ora un asset imprescindibile per l'azienda, le cui politiche sono sempre più *people-oriented*.

Oltre all'aver dotato il personale di tutte le tecnologie necessarie per lavorare in sicurezza e per effettuare meeting e riunioni a distanza, **Woodco ha investito anche nella loro formazione**, affinché tutta l'azienda – dall'amministrazione al magazzino, dal marketing agli uffici – sia preparata ad affrontare le nuove sfide tecnologiche.

Per sopperire all'impossibilità di incontrare di persona agenti e rivenditori, inoltre, ha dato vita ad una serie di appuntamenti digitali in cui, attraverso dei brevi video-speech, vengono presentate le principali novità 2021. Un nuovo modo di dialogare con i partner in prima persona, un segno di vicinanza, ma anche **un voler “metterci la faccia” e scommettere insieme sul nuovo anno, a partire dalle nuove proposte.**

*“Per il 2021 – continua Vialardi – **abbiamo lanciato due nuove collezioni di parquet.** La prima, **Arrow**, è un piccolo elemento che permette di dare forma a molteplici pattern modulari e liberare la creatività progettuale. La seconda, **Monolith**, è la nostra interpretazione del parquet industriale, un classico amato dal mondo della progettazione per la sua notevole capacità di arredo. Per entrambi i formati abbiamo scelto colorazioni dalle sfumature molto particolari, frutto delle indagini sull'abitare effettuate dal nostro team di ricerca e sviluppo”.*

In una situazione di mercato che, secondo le ultime stime FEP (Federazione Europea dei Produttori di Parquet), appare sostanzialmente piatta, in cui il parquet è riuscito però a mantenersi stabile grazie alla ristrutturazione e al sempre più deciso apprezzamento del vero legno, Woodco punta dunque a crescere ancora. **“L’augurio per il 2021 – conclude Vialardi – è una ripartenza sotto tutti i punti di vista: innanzitutto dal lato economico, ovviamente fondamentale per ogni impresa, ma anche dal punto di vista umano. Vogliamo trasmettere a tutti i nostri interlocutori che Woodco c’è: siamo al vostro fianco, siamo attivi, propositivi e pronti a darvi tutto il sostegno di cui avete bisogno.”**

www.woodco.it

Ufficio Stampa: Goodwill PR – silvia.sandri@goodwill-pr.it – 045 8206631