

Storie Dopo la quotazione in Piazza Affari e il raddoppio del fatturato, i progetti della società attiva nel campo dei media e della pubblicità

AAA nuova guida digitale offresi per le piccole imprese italiane

Cucchiari (Axélero): guardiamo ai mercati internazionali e ci concentriamo sui 4,5 milioni di pmi che lavorano nel nostro Paese

L'anno seguito alla quotazione sull'Aim (dicembre 2014) è stato d'intenso lavoro per Axélero, l'Internet company fondata nel 2008 da Leonardo Cucchiari e Stefano Cereseto, attiva nel mercato italiano dei media, del marketing e della pubblicità, che accompagna nel processo di digitalizzazione diverse aziende italiane e la pubblica amministrazione.

Quattro i portali verticali proposti dall'azienda: Originality.it, Shoppingdonna.it, ABCSalute.it, Professionisti.it. «Abbiamo lavorato sulla rete vendite, pas-

sando da 34 risorse a fine 2014 agli oltre 400 venditori attuali, cominciando a proporre nuovi prodotti come i siti web con i tour virtuali immersivi e le campagne pubblicitarie video su Youtube, migliorando sempre di più Titrovo, un sistema esclusivo di Axélero, che massimizza la visibilità sul web di attività commerciali e professionisti, grazie anche ad oltre 30 mila domini registrati», spiega Leonardo Cucchiari, fondatore e amministratore delegato. Il manager aggiunge inoltre che tra i business chiave della so-

cietà c'è la consulenza alle Pmi per ottenere più visibilità e più contatti utili per il loro business.

I piani

«Guardiamo con interesse ai mercati internazionali, ma oggi rimaniamo concentrati sull'Italia, in particolare sulle imprese di taglia ridotta che valgono qualche miliardo di euro. Nel nostro Paese sono attive infatti oltre 4,5 milioni di piccole e medie imprese: molte delle quali dovranno affrontare un importante processo di digitalizzazione. Attualmente il mercato



Fondatore
Leonardo Cucchiari

della comunicazione digitale è molto frammentato in Italia», continua il numero uno.

Il raddoppio del fatturato dai 10 milioni di euro di fine 2014 ai 20 del 2015 è avvenuto grazie a investimenti economici in risorse umane di talento, innovazione dei prodotti e accelerazione nello sviluppo della rete commerciale. E il 2016 fa ben sperare per un ulteriore aumento dei ricavi.

Il volume dei nuovi ordini nei primi due mesi è stato infatti pari a 9,1 milioni, in crescita e in linea con i

piani di sviluppo. «L'innovazione sarà uno dei temi caldi: grazie ad AxéleroLab insieme con l'attività di ricerca e sviluppo, saremo in grado di commercializzare prodotti e soluzioni digitali di nuova generazione. Prevediamo una crescita sostenuta nei prossimi anni», precisa Cucchiari.

La rete

Ma quali sono i nuovi progetti in cantiere? «Innanzitutto prevediamo di perfezionare ulteriormente la nostra rete commerciale e inserire le ultime figure chiave in azienda, sono in-

fatti una ventina le posizioni aperte nell'Information technology e nell'area marketing e prodotto. Intendiamo anche aumentare la nostra attenzione, con la recente apertura della sede romana, alla pubblica amministrazione, alle istituzioni locali e nazionali e ai clienti di grandi dimensioni», conclude Cucchiari che non esclude che nel futuro di Axélero non ci siano acquisizioni di tecnologie o prodotti innovativi o partnership utili allo sviluppo del business.

IRENE CONSIGLIERE

© RIPRODUZIONE RISERVATA