

Poltrona Frau punta sugli Usa

Giulia Crivelli

La Poltrona Frau prosegue e anzi accelera sulla strada dell'internazionalizzazione: grazie all'accordo firmato ieri con il colosso americano degli arredi per ufficio **Haworth**, il gruppo italiano diventa a tutti gli effetti una multinazionale - e non tassabile - dell'arredamento di lusso. L'intesa con **Haworth**, azienda da 1,2 miliardi di fatturato nel 2010, forte di oltre 600 dealer, riguarda la distribuzione negli Stati Uniti, nel segmento ufficio, dei prodotti del gruppo Poltrona Frau (che comprende anche i marchi Cassina e Cappellini e Nemo per la luce), che sono sinergici con quelli del brand americano: nei prossimi cinque anni l'accordo genererà 20 milioni di dollari di fatturato.

«Quella con **Haworth** è la quarta joint venture internazionale siglata dal gruppo dalla quotazione: nel 2008 c'è stato l'accordo con Mubadala per gli Emirati Arabi, nel 2009 con Tata per l'India, nel 2010 con Da Vinci per la Cina e ora abbiamo trovato il partner giusto per gli Stati Uniti» spiega Matteo Montezemolo, parlando come vicepresidente di Poltrona Frau ma soprattutto come azionista di riferimento, cioè da amministratore delegato di Montezemolo&Partners, la società che gestisce il fondo Charme, a cui fa capo il 52% del gruppo. «L'Asia e la Cina in particolare sono sicuramente mercati chiave per la crescita del lusso nel breve e medio termine, come dimostra il nostro bilancio 2010: la Cina ha più che quadruplicato il fatturato rispetto al 2009 e il resto dell'Asia è cresciuto del 33%. Si rischia però di dimenticare che gli Stati Uniti sono di gran lunga il primo mercato al mondo per i prodotti di lusso, seguiti dal Giappone, che secondo gli analisti verrà raggiunto dalla Cina tra quattro-cinque anni. Continueremo a investire in Asia ma

l'America sarà sempre un mercato strategico, a maggior ragione ora che sembra essersi lasciata alle spalle, anche psicologicamente, la crisi. Nel 2010 per il gruppo il mercato residenziale e contract degli Usa ha assorbito il 7% del fatturato del nostro gruppo (260,6 milioni, ndr), con una crescita del 28% rispetto al 2009. In febbraio abbiamo aperto uno showroom a Chicago e in giugno ne apriremo uno a Miami di 2.200 metri quadri».

«Siamo convinti che negli Stati Uniti ci siano grandi margi-

FATTURATO ATTESO

Grazie alla joint venture il gruppo di arredamento di design stima di generare 20 milioni di dollari di ricavi nei primi cinque anni

ni di crescita - conferma Dario Rinero, amministratore delegato di Poltrona Frau -. Si calcola che oggi il mercato americano assorba circa un terzo dei prodotti di design rispetto a sette, otto anni fa. I vantaggi dell'accordo sono due: il primo è che si tratta di un'intesa senza investimenti iniziali, che genererà da subito fatturato. Il secondo punto di forza è la complementarità tra i marchi: **Haworth** ha costruito il suo successo sulla qualità nel medio di gamma, noi siamo nella fascia alta. In un edificio composto da dieci piani, **Haworth** può occuparsi dei primi sette, il nostro gruppo degli ultimi tre, quelli direzionali, con arredamenti di pregio e di rappresentanza». Ma per Rinero la joint venture non ha solo un significato economico: «Trovo fantastico - conclude l'ad di Poltrona Frau - che **Haworth**, come naturale completamento della sua gamma, abbia scelto un'eccellenza italiana».