

FRAU Il fatturato generato fuori dall'Italia dall'azienda controllata dal fondo Charme salirà al 75% entro il 2015. Grazie a Giappone, Cina e Far east. E alle partnership

Poltrona da export

di **Francesca Gerosa**

L'Italia peserà sempre meno nel giro d'affari di Poltrona Frau, l'azienda controllata dal fondo Charme della famiglia Montezemolo, prevede di espandersi in America Latina e in Asia e sta valutando se delocalizzare il processo di produzione relativo alla sola cucitura. Nel segmento residenziale la spinta maggiore viene dall'Asia, «dove sorprende la crescita del fatturato del 27% in Giappone in sei mesi, ma anche in Cina, Corea, India e Taiwan, dove si registra uno sviluppo di oltre il 30%. Un'area, quella asiatica, destinata ad attestarsi tra la fine di quest'anno e il 2012 al 15% del turnover del segmento residenziale, un risultato importante visto che conta per il 50% della nostra crescita», spiega a *Milano Finanza* Dario Rinero, ad di Poltrona Frau Group, precisando che Singapore, Filippine e Malesia sono mercati da presidiare. In questo modo la domanda che arriva dalle Americhe (oltre il 20% del fatturato) e dall'Asia traina la crescita della società che prevede invece per l'Emea un progresso di oltre il 5% e per l'Italia una crescita all'1-2% sempre nel segmento residenziale. Escludendo la parte contract, il fatturato generato al di fuori dell'Italia passerà dal 67% di quest'anno al 75% entro il 2013-2015.

Inaugurato a fine giugno a San Paolo in Brasile il primo showroom multibrand, nelle prossime settimane sono previste altre aperture a Città del Messico, nella zona di Santa Fé, in Venezuela a Valencia. Solo il negozio a San Paolo in Brasile per gli analisti può realizzare a regime un fatturato annuale di oltre 1 milione, nonostante la situazione sfavorevole dovuta ai dazi imposti sulle importazioni. Un contributo in più arriverà dall'accordo con **Haworth** nel segmento ufficio che

dovrebbe portare nei prossimi 5 anni oltre 20 milioni di giro d'affari aggiuntivo con margini decisamente più alti rispetto alla media del segmento contract, in linea con il residenziale. «È partito l'ordine di impiantare otto showroom **Haworth** in Usa ed è previsto il lancio a breve nei 200 dealer dei nostri prodotti», precisa l'ad della società. La presenza in Usa è stata rafforzata da poco con l'apertura di un nuovo negozio a Chicago ed entro la fine del mese toccherà a Miami (7 milioni di euro di investimento per quasi 2.500 mq di showroom). Tutti negozi gestiti da partner selezionati, senza aggravio di costi per Poltrona Frau.

Ma il tema dei costi resta delicato e ha portato di recente il gruppo a cercare potenziali fornitori, sia esteri che locali, per la fase del processo di produzione, relativo alla sola cucitura. «Al momento un player rumeno è sotto osservazione; vogliamo capire la sua qualità e le chance di integrazione con gli altri processi aziendali», ammette l'ad. «Alla conclusione di tale sperimentazione verranno individuate soluzioni che permettano di realizzare un incremento della produttività, mantenendo, dove possibile, il lavoro dei collaboratori coinvolti».

Qualche preoccupazione viene anche dall'andamento del segmento contract (oltre il 40% i ricavi nel primo trimestre), che nel secondo trimestre registrerà ancora un calo del fatturato, per effetto di una comparazione difficile con lo stesso periodo del 2010, «per poi crescere nel terzo e quarto trimestre e chiudere l'anno più o meno in linea con il 2010, ma in questo segmento più che ad aumentare i ricavi puntiamo a incrementare i margini», continua il top manager. «In Medio oriente, Arabia Saudita e Qatar, in particolare, potremmo raccogliere facilmente molte commesse, ma siamo diven-

tati più selettivi nella scelta dei contratti e il focus sulla redditività ci ha portato a fare anche altre scelte: per esempio, da poco abbiamo ripreso la collaborazione con importanti griffe della moda,

come Zegna, Lvmh e Ferragamo, per la realizzazione dei loro show room in giro per il mondo, un business con alti margini». L'8 luglio è poi stato annunciato il primo e-commerce (www.pellefrau.it) dedicato alla vendita della pelle di qualità del gruppo.

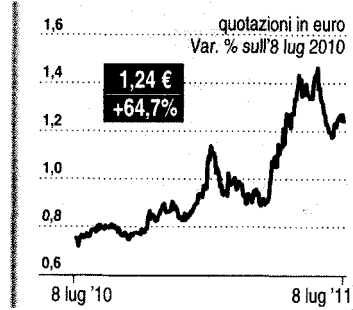
Il management esclude invece un'acquisizione in questa fase. «Il nostro progetto puntava a trasformare Poltrona Frau da un gruppo di aziende a un'azienda di gruppo», sottolinea Rinero. «Ora questo processo è terminato ed è partita la seconda fase di leva commerciale e alleanze strategiche. La Cina grazie a Da Vinci, primo gruppo in Asia per la distribuzione di arredamento di alta gamma, può diventare una piattaforma distributiva per i nostri prodotti per tutta l'area. Per ora, quindi, preferiamo concentrarci sullo sfruttamento delle partnership create, a partire da Da Vinci e **Haworth** con un occhio al debito, passato nel 2010 a 91,4 milioni, che era in realtà l'obiettivo di quest'anno. «Stiamo lavorando, con ottimi risultati, sul capitale circolante e sulla riduzione delle scorte per ottenere un ulteriore miglioramento anche nel 2011 della posizione finanziaria netta».

Bank of America Merrill Lynch già da quest'anno si aspetta il ritorno alla distribuzione del dividendo (0,05 euro per azione) grazie alla riduzione del debito visto a 71 milioni di euro nel 2013, due volte l'ebitda. (riproduzione riservata)

I GRANDI NUMERI DI POLTRONA FRAU

In migliaia di euro

	1° trim. 2011	1° trim. 2010	2010	2009
◆ Ricavi	57.804	64.572	260.571	259.480
◆ Ebitda	2.870	3.611	22.117	19.050
◆ Risultato operativo	1.136	2.114	10.603	5.004
◆ Risultato ante imposte	-175	1.023	4.276	49
◆ Risultato netto	-	-	660	-7.636
◆ Indebitam. finanz. netto	-100.464	-116.930	-91.453	-117.201



GRAFICA MF-MILANO FINANZA

