

**Il caso della toscana Arketipo**

# Il mobile scopre l'idea degli «shop-in-shop»

**L'obiettivo è dare visibilità alla collezione Nendo**

**Silvia Pieraccini**

La collezione di divani e complementi d'arredo disegnata dallo studio giapponese Nendo ha arricchito il marchio Arketipo di un'immagine internazionale, orientandolo sempre più al design. Ora la rotta dell'azienda fiorentina è tracciata: «Vogliamo essere l'entry price dell'imbottito d'alta gamma», spiega l'amministratore delegato Mirco Opezzo, arrivato un anno e mezzo fa alla guida del gruppo controllato dai fondi di private equity Assietta e Credem, dopo esperienze in altre realtà del settore come Cassina e Cappellini.

Per riposizionare verso l'alto il prodotto, facendo attenzione al rapporto qualità-prezzo,

Opezzo è partito dalla riorganizzazione della rete distributiva estera (che vale il 60% del fatturato) e ha puntato, in Italia e all'estero, sui negozi "preferenziali", punti vendita in location strategiche che espongono un'ampia offerta delle collezioni Arketipo, sull'esempio della formula "shop-in-shop" usata nell'abbigliamento.

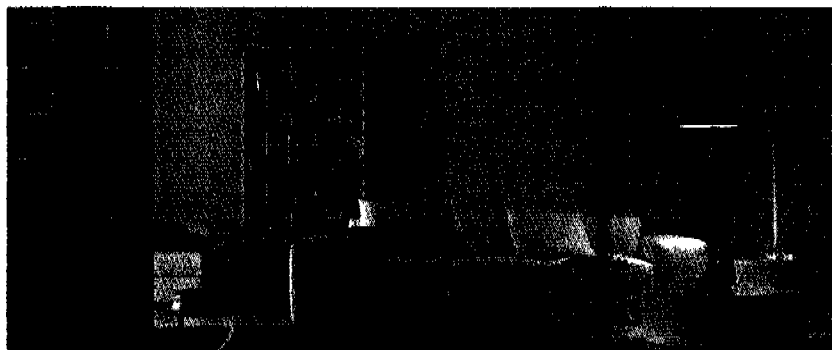
«Oggi abbiamo già 18 rivenditori preferenziali nel mondo - spiega l'amministratore delegato - tra cui Milano, Bologna, Roma e Olbia, e l'obiettivo è arrivare a 40 negozi entro il 2012». Il piano di rilancio prevede, per quella data, la crescita di fattura-

to a 15 milioni di euro. La risalita dovrebbe partire già nel 2010, con la previsione di superare i 10 milioni recuperando la flessione di quest'anno (-20% dei ricavi a 8,5 milioni), che chiuderà comunque con un Ebitda positivo (150mila euro).

«Le difficoltà di mercato si sono fatte sentire sia in Italia sia all'estero - spiega Opezzo - ma abbiamo le carte in regola per il rilancio: la ristrutturazione della rete distributiva estera è a buon punto, in Italia abbiamo una buona copertura, e stiamo investendo nella riorganizzazione interna, nelle certificazioni Iso 9001 e Iso 14001 e nella for-

mazione del personale nei settori della qualità e della sicurezza». Il punto debole resta l'indebitamento, che nelle settimane scorse ha portato i soci a sottoscrivere un aumento di capitale da 1,1 milioni e a ristrutturare il debito con le banche finanziatrici, Centrobanca e Unicredit. «L'operazione servirà a sostenere il piano di sviluppo triennale - sottolinea Opezzo - approvato dai soci e decisamente alla nostra portata, come dimostra l'andamento del secondo semestre dell'anno che permetterà all'azienda di chiedere con un Ebitda positivo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Componibile.** Un esempio di zona living arredata con la linea Nendo, disegnata in Giappone, dell'azienda toscana Arketipo

