

# Natuzzi rivede l'ebit positivo e si prepara al rilancio

**Il piano al 2010 prevede la crescita del 17% dei ricavi con recupero di redditività e flussi di cassa**

«Abbiamo completato il riassetto organizzativo e stiamo implementando il piano di riduzione dei costi, mentre procede il lavoro su quel riposizionamento dei marchi che vede il consolidamento delle leadership di Natuzzi accanto allo sviluppo di Italsofa e al lancio del nuovo brand globale Editions; il B2B presentato con grande successo al salone del mobile di Colonia nelle scorse settimane».

Iniziativa di profilo strategico poiché la loro attuazione «ci permetterà di ridare vigore alla crescita e consolidare il trend di recupero dei margini già manifestatosi nel secondo e terzo trimestre del 2009 dopo un biennio di difficoltà» come sottolinea Pasquale Natuzzi, capo azienda oltreché principale azionista e fondatore dell'omonimo gruppo.

Più in particolare, prosegue il ceo, «nel quarto trimestre del 2009 abbiamo avuto una ripresa importante degli ordini e dicembre si è chiuso con dati eccezionali, anche se a gennaio si sono manifestati segnali negativi legati all'evoluzione del trend», la cui visibilità resta contenuta anche se il peggio dovrebbe essere definitivamente alle spalle.

Uno scenario di incertezza a

fronte del quale «ci siamo concentrati sui programmi di breve/medio e più in particolare sull'implementazione di quel budget al 2010 che è sicuramente sfidante, ma per noi compatibile in quanto abbiamo già attivato le leve in nostro possesso per migliorare quote di mercato e redditività, pur in un contesto che si conferma complesso anche se noi restiamo ottimisti».

E questo proprio perché «abbiamo una strategia chiara e un team coeso, che può fare leva su punti di forza unici a partire dalla qualità di prodotti mantenuti eccellenti merito anche la ricerca applicata su una filiera che parte dalla materia prima e giunge ai servizi post vendita con il controllo "totale" di oltre l'80% dei servizi e più del 90% delle materie prime utilizzate in un processo verticalizzato che interessa tutte le undici unità produttive attive nel mondo, di cui sei dislocate fra Cina, Brasile e Romania».

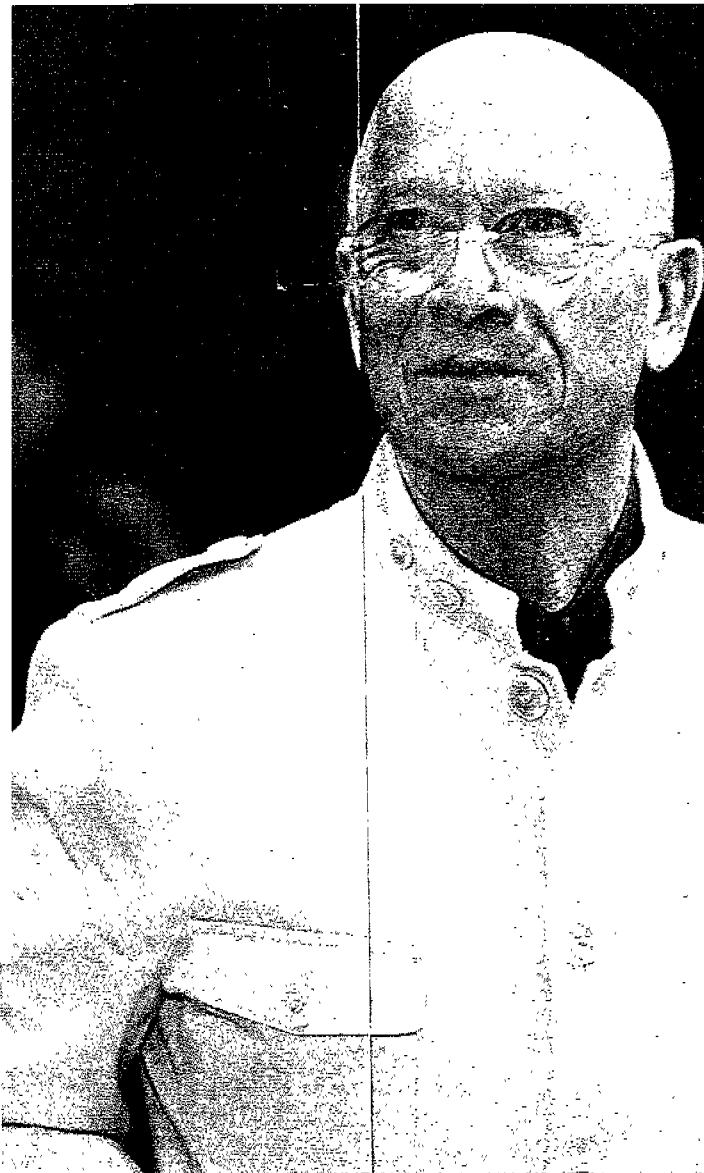
Diversificazione attuata salvaguardando il cuore e la testa in Italia, dove sono ubicate pure cinque unità produttive e dove si realizzano i prodotti a marchio Natuzzi per il mondo intero e la nuova serie a brand Editions destinata all'Europa e al Medio Oriente. Questo anche perché è doveroso ricordare che il gruppo realizza all'estero il 90% dei ricavi e vende in 123 mercati dei cinque continenti tramite una rete commerciale che verrà ulteriormente potenziata ed estesa. Una rete che si completa con i 727 punti vendita monomarca presenti nelle principali città del globo.

Ed è anche per tutto questo che alla multinazionale di Santeramo al Colle (Ba) si dichiarano fiduciosi sulla capacità di centrare i target di un piano che per il 2010 indica un giro d'affari di 600 milioni, pari a una crescita del 17% sui 510 milioni stimati per il 2009 (-23% sul 2008). Crescita ascrivibile per il 50% ai risultati attesi dal citato marchio Editions e il restante dalla combinazione fra lo sviluppo atteso per Natuzzi e Italsofa, oltreché alla nuova articolazione sui mercati, con il rafforzamento delle aree di presenza storica e l'espansione su quelli emergenti quali Brasile, India e Cina.

Ancora più significativi i progressi attesi sul fronte reddituale poiché il risultato operativo dovrebbe tornare attivo e avvicinarsi ai 10 milioni rispetto al rosso di circa 10 milioni atteso per il 2009. Un risultato in deciso miglioramento rispetto al rosso di 45 milioni del 2007 e alla perdita operativa di 35 milioni del 2008; progressi conseguiti grazie anche all'evoluzione del margine industriale, che nel 2010 dovrebbe aumentare di circa 50 milioni e collocarsi intorno a 230 milioni con margini in crescita a oltre il 38% grazie anche alla riduzione dell'incidenza dei costi diretti, che dovrebbero registrare un ulteriore progresso dopo essere migliorati dal 73 al 65% nel 2009 grazie ai ricordati interventi su costi ed efficienza fra i quali la riduzione degli scarti dal "taglio" della pelle. Un trend destinato a rafforzarsi nel prossimo futuro, anche se il tutto sarà condizionato dall'andamento del ciclo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





**Pasquale Natuzzi.** È principale azionista, presidente e ceo dell'azienda fondata nel 1959 e affermata in Usa negli anni 80 prima di conquistare leadership nella progettazione, produzione e commercializzazione di divani in pelle

# L'AZIONE DELLA SETTIMANA

di Alberto Nosari

## Gruppo Natuzzi

Dati consolidati. Valori in milioni di euro

	30/06/09	31/12/08
<b>ATTIVO</b>		
Immobilizzazioni materiali	201,7	211,8
Immobilizzazioni immateriali	-	-
Altre attività non correnti	12,9	13,5
Totale attività non correnti	214,6	225,3
Rimanenze	77,0	92,0
Crediti e altre attività	150,4	179,2
Disponibilità liquide e mezzi equivalenti	72,9	47,3
Totale attività correnti	300,3	318,5
Attività destinate alla vendita	-	-
<b>Totale attivo</b>	<b>514,9</b>	<b>543,8</b>

	30/06/09	31/12/08
<b>PASSIVO</b>		
Patrimonio netto di gruppo	329,3	345,2
Patrimonio netto di terzi	1,6	0,8
Fondi diversi non correnti	-	-
Tfr	30,7	31,7
Debiti finanziari e altre passività finanziarie	15,1	13,5
* di cui a lungo	6,3	3,3
Altri debiti e passività diverse	138,2	152,6
Totale passivo	514,9	543,8
<b>FATTURATO</b>		
Fatturato	244,9	341,6
Ebit (risultato operativo)	15,5	17,3
Utile (perdita) netto di competenza	14,3	26,5

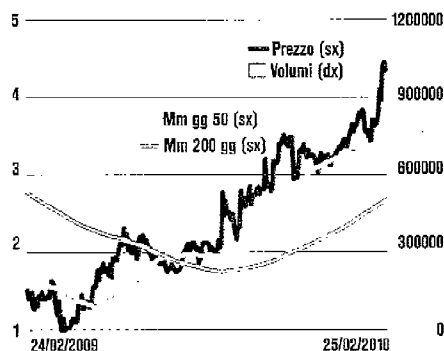
	30/06/09	31/12/08
Incremento cash flow	25,6	40,20
<b>Brado di copertura</b>		
Capitale investito	273,1	312,2
Patrimonio netto complessivo	330,9	346,0
Liquidità netta	57,8	33,8
<b>Altri dati</b>		
Numero medio dipendenti	7.230	7.962
<b>Dati per azione e multipli di mercato (€)</b>		
Utile	0,26	0,48
Cash flow	0,5	0,73
Patrimonio netto	6,0	6,3
Capitalizzazione totale (mln \$)	208,2	175,0
Quotazione az. ord. (\$)	3,8	3,2

Nota: i dati relativi al 30/06/09 sono aggiornati al 16/02/2010

Fonte: elaborazione societaria

## Analisi tecnica

Andamento di prezzi e volumi del titolo Natuzzi



Natuzzi è salito nell'ultimo anno da 1,00 fino a 4,00 dollari circa. Il titolo ha rinfacciato in area 4,20 il 38,2% della discesa dal top di inizio 2007, riferimento strategico non solo nel breve periodo. Una chiusura settimanale oltre tale ostacolo permetterebbe di guardare al futuro con rinnovato ottimismo, proiettando obiettivi a 5,30 e 6,30 dollari. Lo scenario rialzista resterà valido fin tanto che i prezzi si manterranno oltre la linea che sale dai bottom di aprile, attualmente a 3,30 dollari. Sotto tale riferimento invece probabile un ripiegamento più ampio con target a 2,50 e 2,10. A cura di FTA Online

## I «comparables»

I principali concorrenti di Natuzzi

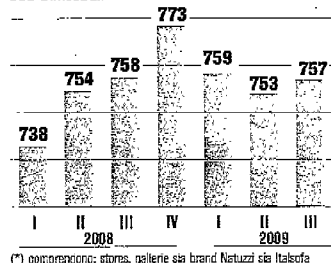
Società	Capitalizz. al 23/02/10	Eps 2010	P/E 2010	P/Sales 2010	Consensus di mercato
Natuzzi	241,2	n.s.	n.s.	n.s.	n.d.
Ethan Allen Interiors	444,2	0,53	26,98	0,72	Hold
Furniture Brands Int.	267,6	-0,50	neg.	0,22	Sell
Haverty Furniture CS	298,2	0,50	23,23	0,46	Overweight
La Z Boy Chair Co.	638,7	0,90	13,77	0,54	Overweight

(Eps) = utile per azione; (P/E) = rapporto prezzo su utile; (P/Sales) = rapporto prezzo su ricavi. Fonte: elaborazione di AMF su dati Infiniti

Natuzzi, quotata al Nyse, è una azienda italiana attiva nel settore dei divani in cui opera, sul territorio nazionale, con il marchio Divani & Divani. All'estero è presente in 123 mercati nei 5 continenti con i marchi Natuzzi e Italsofa a cui si è aggiunto il nuovo marchio Editions, presentato nel gennaio 2010 alla fiera internazionale di Colonia, con prodotti venduti attraverso il canale wholesale. Tuttavia, pur presentando realtà comparabili per modello di business e dimensione, non è possibile effettuare un confronto con i multipli di mercato in quanto la banca dati Infiniti non dispone di contributori per Natuzzi.

## Punti vendita\*

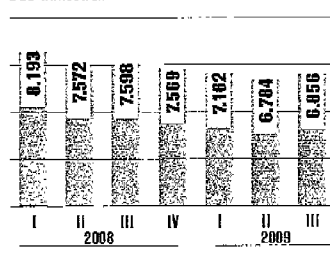
Dati trimestrali



(\*) comprendono: stores, gallerie sia brand Natuzzi sia Italsofa

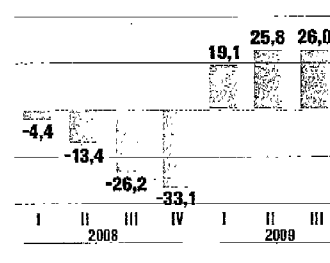
## Personale

Dati trimestrali



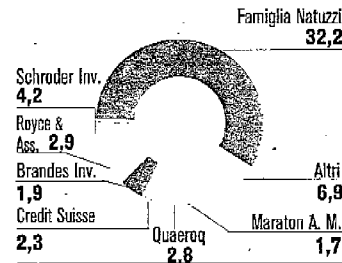
## Cash flow operativo

In milioni di euro. Dati trimestrali



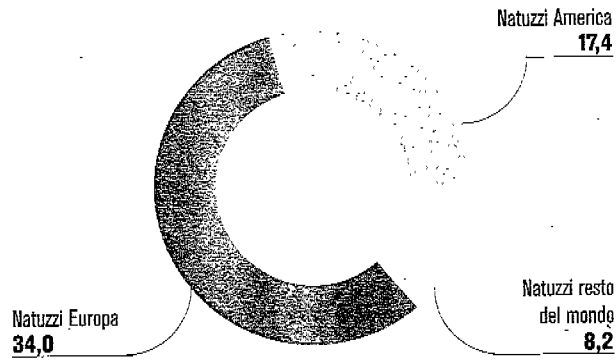
## Capitale sociale

In milioni di azioni



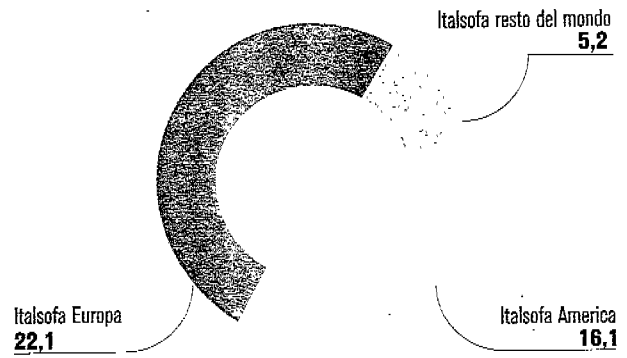
### Natuzzi fatturato per area geografica e brand

Dati in percentuale, terzo trimestre 2009



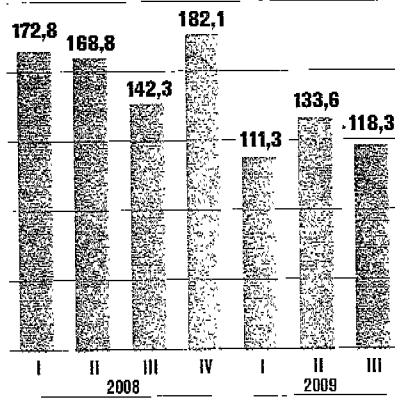
### Italsofa fatturato per area geografica e brand

Dati in percentuale, terzo trimestre 2009



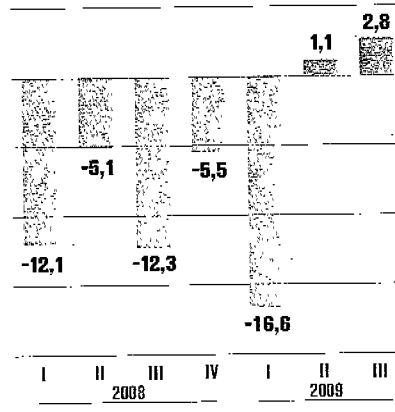
### Fatturato

In milioni di euro. Dati trimestrali



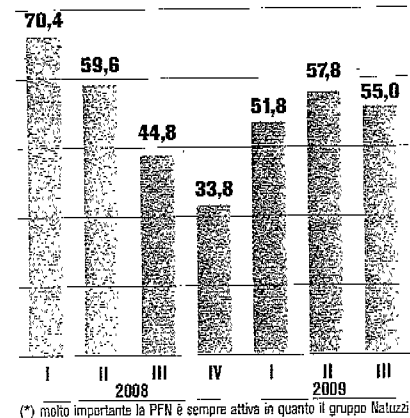
### Margine operativo (Ebit)

In milioni di euro. Dati trimestrali



### PFN = Cassa netta\*

In milioni di euro. Dati trimestrali



(\*) molto importante la PFN è sempre attiva in quanto il gruppo Natuzzi ha cassa e non ha debito