

**Lusso.** Poltrona Frau taglia i costi  
Perdite in calo a 7,6 milioni **Pag. 47**

**Lusso.** Il giro d'affari è sceso del 10% - Prevista l'apertura di 13 showroom

# Poltrona Frau taglia i costi Perdite ridotte a 7,6 milioni

**Ceduta Alias,  
la divisione  
che realizza  
arredi da esterni**

**■** Poltrona Frau dice addio al design da esterni. Il polo di marchi del Made in Italy di proprietà del fondo Charme vende Alias, la divisione che realizza arredi da esterni e per ufficio. Il tutto rientra in un piano di maggiore focalizzazione da 50 milioni di investimenti che vede anche l'apertura di 13 nuovi showroom nel mondo, da Parigi a Honk Kong a Miami.

La recessione ha investito in pieno il comparto del lusso e dei beni di consumo secondari (rinviati o annullati da famiglie e imprese): Frau non ha fatto eccezione e ha così visto scendere del 10,5% il giro d'affari da 290 a 259 milioni di euro (al netto di Alias, riclassificato tra le attività in vendita). «La pesante crisi economica mondiale ha influenzato in maniera significativa l'anno 2009 - ha spiegato una nota del gruppo - e si stima che il mercato di riferimen-

to del gruppo abbia subito una riduzione di oltre il 20%». Poltrona Frau si conferma il marchio principale di tutto il gruppo, i cui ricavi complessivi sono rimasti sostanzialmente invariati a 142 milioni, rispetto all'anno precedente grazie al contributo della joint-venture "Emirates" in Medio Oriente; il 45% dei ricavi di Poltrona Frau è stato realizzato nel segmento residenziale mentre il restante 55% nelle forniture (contract). Il secondo brand, come fatturato, è Cassina che pesa per il 39% del giro d'affari. A livello geografico, invece, Italia e l'area Emea (Europa, Medio Oriente e Nord Africa) si dividono più o meno equamente, con oltre il 40% ciascuno, i ricavi del gruppo.

I minori ricavi hanno direttamente influenzato la redditività: il Mol è scivolato del 24% a 19 milioni (dai circa 25 del 2008). L'intervento su costi e sulla tenuta dei margini ha portato a un miglioramento, con un risparmio per 10 milioni di euro, a parziale compensazione dei segni meno nel bilancio annuale, il progressivo miglioramento del margine operativo lordo (incoraggiante il dato dell'ultimo trimestre che ha vi-

sto un progresso del 13%, meglio delle attese, soprattutto se confrontato con il crollo del 60% del margine operativo lordo nel primo trimestre il che lascia intendere un'inversione di tendenza).

L'ultima riga del 2009 chiude tuttavia in perdita per 7,6 milioni (l'anno prima il passivo era stato più alto, a quota 9,5 milioni). In assenza di costi di ristrutturazione straordinari, pari a 5,6 milioni, e di perdite relative alle attività poste in vendita, il 2009, ha tenuto a precisare l'azienda, si sarebbe chiuso in sostanziale pareggio.

La cessione di Alias, (marchio che ha contribuito al 7% del fatturato nel 2008) permetterà di incamerare liquidità con un beneficio di 11 milioni sull'indebitamento del gruppo. A comprare sono gli stessi manager dell'attuale controllata: la Akron Design controllata da Renato Stauffacher attuale a.d. della società e già azionista di Alias in passato. Il motivo della vendita è concentrare il focus manageriale sui tre marchi principali del gruppo (ossia Cassina, Frau, Cappellini) in termini di contribuzione al fatturato.

**S. Fi.**

© RIPRODUZIONI RISERVATA

