

Il caso. Vendite in aumento oltre il 20% nei primi sei mesi dell'anno

Natuzzi cresce in Usa e Asia



Giovanna Mancini

«Facciamo impresa nel Sud Italia da sempre, siamo nati e cresciuti mettendo nel conto lo svantaggio di operare in un'area del Paese meravigliosa per certi aspetti, problematica per altri». Pasquale Natuzzi è presidente e amministratore delegato dell'omonimo gruppo produttore di divani in pelle che, dopo sette anni di difficoltà e perdite ininterrotte, comincia finalmente a vedere un ritorno alla crescita, risultato di una profonda ristrutturazione industriale avviata nel 2013.

«Come imprenditore sono geneticamente orientato all'ottimismo», aggiunge Natuzzi, che perciò si dice convinto che al Sud «ci siano ancora enormi potenzialità inespresse, anche al di là del turismo: penso ai settori dell'artigianato di eccellenza, all'agricoltura biologica, all'agroalimentare, alla piccola industria».

Specchio di un Mezzogiorno che, come dimostrano i dati Svimez diffusi ieri, è stato duramente colpito dalla crisi ma che ora percepisce segnali di ripresa, la

multinazionale Natuzzi (461,4 milioni di fatturato nel 2014) è passata per una ristrutturazione non sempre facile, ma grazie anche agli investimenti è riuscita a invertire l'anno scorso la tendenza, con un aumento dei ricavi (del 2,7%) che si è ulteriormente rafforzato nel primo semestre di quest'anno (+14,5%) sia in Italia, sia all'estero, unito a un dimezzamento delle perdite. All'estero sono in particolare Stati Uniti e Asia a trainare la crescita, con

+14,5%

Inversione di tendenza

Crescita complessiva del fatturato Natuzzi nel primo semestre 2015

vendite aumentate rispettivamente, nei primi sei mesi del 2015, del 20,2% e 22,4 per cento.

Il cambio euro/dollaro favorevole alle esportazioni ha certo aiutato, ammette Natuzzi, ma una crescita così significativa è il risultato soprattutto «degli investimenti fatti negli anni sul marchio e sul network retail». Usa e Cina sono mercati storici per il

gruppo (quotato peraltro alla Borsa di New York), che oggi conta 1.155 punti vendita in oltre 120 Paesi. Solo nel corso del 2015, sono state 95 le nuove aperture nel mondo, di cui tre negli Usa e 11 in Asia, aree dove se ne aggiungeranno altre sei entro fine anno.

La strada per uscire dalla crisi, dice Natuzzi, è quella dell'innovazione: «Negli ultimi dieci anni abbiamo investito 550 milioni di euro per difendere le fabbriche italiane e l'occupazione sul territorio», spiega. Gli investimenti hanno interessato il miglioramento dei prodotti e l'efficientamento dei processi produttivi, la promozione internazionale del brand e lo sviluppo della rete retail. L'aumento del fatturato, precisa infatti Pasquale Natuzzi, «è un presupposto necessario, ma non sufficiente per consolidare l'occupazione in Italia». Proprio sul fronte occupazionale, risale a metà ottobre l'accordo raggiunto al ministero del Lavoro che ha visto un'ulteriore riduzione degli esuberanti, scesi dai 534 dichiarati lo scorso marzo a 370, per i quali ci sono 12 mesi di tempo (coperti da cigs) per trovare una ricollocazione in altre aziende o newco sul territorio.