Natuzzi. Approvato il business plan 2014-2016

Data: 3 aprile 2014 | Autore: Giovanni Dimita



SANTERAMO IN COLLE (BA) 4 marzo 2014– Il CdA del colosso del mobile imbottito ha approvato il Business Plan relativo al 2014-2016.

I punti forti del piano sono la notorietà del marchio, innovazione, la capacità di saper fare il proprio mestiere e la presenza capillare nel mondo. [MORE]

Partendo da questi aspetti cardine, l'azienda mira a recuperare la competitività sui mercati, fermando le perdite operative dell'ultimo trimestre del 2014, puntando al ritorno all'utile dal 2015.
Nel piano si parla di ristrutturazione che passa dal recupero della competitività delle produzioni italiane. Qui entra in gioco l'accordo stipulato ad ottobre 2013, con l'impegno di azienda e sindacati ed enti locali. Il recupero della competitività passa dalla riduzione dei costi di trasformazione e dai maggiori investimenti negli opifici presenti sul territorio.
Si torna a parlare di Moving Line, come si era fatto nel recente passato. Il nuovo processo produttivo sarà impiantato in tutti gli stabilimenti del gruppo e i modelli prodotti saranno ridisegnati per essere prodotti dalla moving line.
Non si parla solo di operai, ma anche gli impiegati sono toccati dal nuovo piano. Infatti è prevista una struttura centralizzata per i processi di back office, che mirerà a salvaguardare i posti di lavoro degli impiegati. Infine si riducono i magazzini e si chiudono quei negozi del gruppo (13 in tutto) che non hanno ottenuto i risultati sperati.

Come scritto, il piano prevede un ritorno agli utili a partire dal 2015. Per raggiungere tale scopo, l'azienda punta su una strategia di marketing che dovrà capitalizzare gli investimenti sul marchio Natuzzi, che rimarrà l'unico marchio. Infatti le linee di prodotto saranno 3: Natuzzi Italia, Natuzzi Editions e Natuzzi Re-vive.
Il marchio sarà distribuito con il potenziamento della rete di negozi retail, che avranno le nuove insegne "Natuzzi Italia" e Natuzzi. In Italia e in Portogallo, i negozi continueranno ad essere "Divani & Divani by Natuzzi".
La strategia commerciale cercherà nuovi clienti nei mercati in crescita e in quelli in cui il marchio è già conosciuto. Il marketing e la comunicazione riceveranno nuovi investimenti e tutta la parte commerciale sarà ridisegnata il base alle previsioni di crescita.
Il fondatore del gruppo, Pasquale Natuzzi, ha commentato il nuovo piano affermando che il nuovo strumento è la tappa finale di un cammino iniziato un decennio fa. La sfida della globalizzazione ha fatto sì che l'azienda investisse sul marchio, aprendo la rete di negozi retail ed aprendo nuove fabbriche ed uffici all'estero.
Natuzzi afferma che questo si è fatto nonostante la situazione economica globale e la continua diminuzione dei consumi di prodotti durevoli. Lo stesso presidente continua affermando che il piano porterà all'azzeramento delle perdite entro il 2015 e, dopo la fase di ristrutturazione, si prevede un incremento delle vendite e dei profitti. Diventa estremamente importante l'accordo di programma dell'ottobre 2013, dove si prevedono nuovi investimenti sul e per il territorio.
Un segnale positivo è l'a,pio margine di crescita delle poltrone recliner e l'ampio numero di commesse della poltrona Re-vive.
Intanto le commesse ci sono fino a maggio e fino ad allora la situazione rimane così com'è. Sono già state recapitate ai lavoratori le lettere di rientro. Il problema che sussiste è sempre lo stesso: cosa succederà il 2 maggio 2014, alla scadenza naturale dell'accordo siglato in Regione a febbraio?

Giovanni Dimita

Articolo scaricato da www.infooggi.it
https://www.infooggi.it/articolo/natuzzi-approvato-il-business-plan-2014-2016/61705