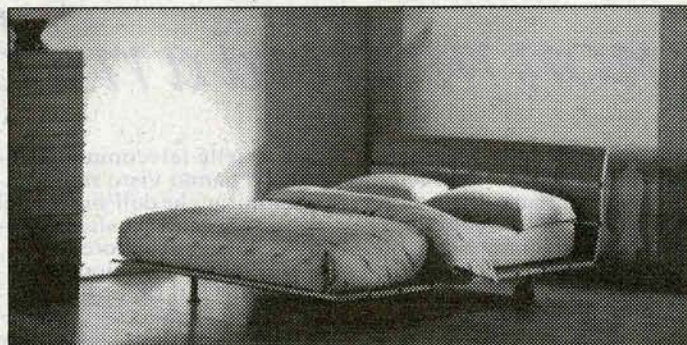


Milano
IL 'prêt-à-dormir' di Flou continua a confermare il suo credito di immagine presso i consumatori. Dal quartier generale di Meda stanno perciò mettendo a punto le strategie per accelerare sul fronte distributivo con un potenziamento della rete di negozi monomarca, che attualmente sono otto in tutto il mondo. Strategie, a più lunga scadenza premono anche sul versante produttivo. «Bisognerà pensare ad alleanze strategiche internazionali — conferma Rosario Messina, presidente dell'azienda — non si può fare altrimenti se si vuole competere a livello globale. E in termini di acquisizioni il Paese più interessante è l'Italia».

Ma prima di ogni cosa c'è lui: il letto pronto per dormire. Quello che ha decretato l'avanzata di Flou, tanto che oggi il marchio è diventato sinonimo del letto imbottito per antonomasia. Il nome di "Nathalie" è entrato nella memoria di molti. Si tratta del primo letto, disegnato da Vico Magistretti, con cui l'azienda di Meda ha esordito nel '78 e che oggi è declinato in una ventina di modelli, ognuno con una serie di varianti. «La nostra caratteristica distintiva è stata quella di offrire al mercato un si-

Flou già dagli anni '80 ha introdotto letti in alluminio e legno, come il Tadao (nella foto) disegnato da Vico Magistretti. Nella collezione 2000 ha avuto buon riscontro di vendite la collezione di imbottiti disegnata da Dordoni. E' un esempio il Favignana



Spingere sempre più forte sull'acceleratore delle esportazioni

Al 71,5 miliardi di fatturato 2000 vanno ad aggiungersi 15 miliardi di royalties ottenute dalle joint venture produttive di Flou in Canada e Giappone per la vendita locale. Ed è proprio sul fronte dell'export, attivo per la società da una decina d'anni, che

l'azienda ha intenzione di dare maggior gas. Attualmente i Paesi d'oltreconfine fanno realizzare il 30% del fatturato. In testa alla classifica dell'esportazione sono collocati i Paesi europei, primi fra i quali la Germania, la Svizzera e la

Spagna. Sul fronte distributivo l'Italia è naturalmente leader con 350 punti vendita a cui segue l'Europa con 200 negozi. In programma un'accelerazione sui monomarca che attualmente sono otto in tutto il mondo.

Flou, tutte le metamorfosi del sistema imbottito

L'azienda ha continuato a sviluppare l'idea originaria, nata su design di Vico Magistretti, del letto che si può trasformare continuamente. Oggi punta soprattutto sull'apertura di una catena di negozi monomarca. All'orizzonte si profilano alleanze e acquisizioni, all'estero e anche in Italia



funzionato non solo per il concetto di sfoderabilità, ma anche per effetto del look coordinato. Il che tradotto in termini pratici significa: cambio il letto, cambiando solo il vestito. Dunque ad un costo marginale». Così racconta gli inizi Rosario Messina. Ed è a lui che appartiene la paternità dell'azienda nata da una costola della Bassetti, che è rimasta fino all'80 all'interno della società, e che oggi è interamente posseduta dalla famiglia Messina. «Quando lavoravo in Bassetti, decidemmo di fare un piumone da vendere nei negozi di mobili — spiega Messina — Invece ho ro-

vesciato il concetto: perché invece non fare un letto per il piumone». E su questo si è sviluppata un'azienda che nel segmento del "letto tessile" di fascia alta presidia il 20% del mercato italiano. Anche il 2000 si conferma come un anno di crescita per Flou con una stima del +10% rispetto all'anno precedente che fa salire il fatturato a 71,5 miliardi di lire, con un utile di 3,5 miliardi, realizzati con la produzione fatta nello stabilimento di Meda dove lavorano 127 addetti. «Abbiamo sempre innovato il

prodotto seguendo le esigenze del mercato — racconta Messina — quando abbiamo capito che il televisore passava dal salotto alla camera da letto, abbiamo reso reclinabile il nostro Nathalie». Ma fuori dalla più tipica tradizione degli imbottiti dell'azienda, a riscontrare un buon successo di vendita quest'anno sono stati i nuovi nati della collezione 2000, disegnati da Romolfo Dordoni, che vanno a coprire una nicchia di mercato dove Flou non era presente. I nomi dei modelli richiamano l'arcepe-

lago delle Egadi con "Levanzo", "Marettimo" e "Favignana". Ma Flou va oltre l'imbottito. Ad articolare le collezioni concorrono anche i più recenti letti in legno come il "Tadao", o il "Vania", entrambi disegnati da Magistretti, o quelli in alluminio dello studio Sigla. Non bisogna dimenticare poi che il 25% del fatturato è realizzato da biancheria e accessori. E nell'ottica di entrare in un'altra nicchia di mercato, Messina sta pensando ad un letto per così dire anti-stress che, progettato da Magistretti, permetterà di dormire quattro ore recuperandone 10.

Un quarto del fatturato realizzato grazie a biancheria e accessori