

OTTENUTA UNA LINEA DI CREDITO DA LA COMPAGNIA FINANZIARIA

Onyx, 20 mld di lire per potenziare il retail

DI GIAMPIETRO BAUDO

Una linea di credito per un importo totale di 20 miliardi di lire. Questa la carta giocata da Onyx, brand romana attiva nel segmento del casualwear. Il marchio romano ha infatti ottenuto da La Compagnia finanziaria, merchant bank a cui partecipano diversi istituti bancari tra la Banca di Roma (in qualità di capofila, ndr), una linea di credito consortile a medio termine che verrà dedicata al potenziamento del retail. Lo scopo di base è infatti quello di aprire, nell'arco dei prossimi 24 mesi, un pool di 20 punti vendita localizzati sul territorio italiano ed europeo. «Abbiamo ottenuto un finanziamento di 20 miliardi da dedicare allo sviluppo della distribuzione», ha spiegato a MFF Enzo Zanderigo Iona, amministratore delegato di Onyx, «diciamo che è una linea di credito stand by a cui attingeremo a mano a mano che avremo bisogno di capitali». In questo momento, infatti, la griffe sta trattando per l'apertura di cinque-sei nuovi punti vendita italiani. «Stiamo analizzando diverse piazze», ha continuato il

manager, «abbiamo in corso trattative avanzate per rilevare spazi a Genova, Bologna, Roma, Pescara e Pesaro. Dovremmo chiudere i contratti di acquisto entro breve, per inaugurare i nuovi store già a partire dal prossimo settembre». Passo successivo, lo sviluppo europeo. «Il 2001 sarà l'anno dell'Italia», ha aggiunto, «poi guarderemo all'estero. In primis a Barcellona, dove esistono trattative in fase avanzata. Successivamente, con la primavera-estate 2002, potenzieremo gli altri mercati partendo da Düsseldorf e Londra». Forte di un giro d'affari 2000 di 180 miliardi di lire (che nel 2001 dovrebbero salire fino a superare i 200 miliardi di lire), il marchio teen punta a ridisegnare la propria mappa vendite. A oggi, infatti, il 95% dei ricavi deriva dal mercato italiano. La quota restante arriva da Spagna e Ungheria, con presenze spot derivanti da Usa, Inghilterra e Germania. «Stiamo lavorando perché i mercati stranieri riprendano terreno», ha proseguito l'a.d., «in tre anni vogliamo ridisegnare la composizione dei ricavi derivanti dai mercati esteri, portandoli a quota 1/3 del totale».

E il manager si dimostra cauto anche sull'ingresso in borsa da parte del marchio romano. «È soltanto una delle opportunità», ha spiegato, «non esiste un vero e proprio progetto di quotazione. Il nostro obiettivo è quello di aprire in cinque anni 50 shop; è chiaro che un'azione di questo tipo richiederà un investimento ingente, di circa 100 miliardi. Che in parte arriveranno da linee di credito studiate ad hoc, in parte da processi di autofinanziamento e in parte potrebbero arrivare anche dalla borsa. Ed è qui che entra in gioco l'ipotesi quotazione». Novità, invece, sembrano arrivare dal fronte merceologico. La piattaforma prodotta a breve dovrebbe infatti vedere l'ingresso di due nuove collezioni. «A oggi distribuiamo abbigliamento femminile, occhiali e oggetti di cartoleria», ha concluso Zanderigo, «a breve aggiungeremo anche una linea di activewear-fitness, ovvero una collezione prodotta internamente e studiata per il tempo libero. Sullo stesso binario si muoveranno intimo e mare. E poi lavoreremo per rafforzare scarpe e accessori». (riproduzione riservata)