

Portobello fa più ricavi e vara un piano per nuovi negozi

di Riccardo Fioramonti

Se la pandemia ha avuto un effetto molto negativo in generale sul settore grande distribuzione tra la fine del 2021 e l'inizio del '22, la catena di negozi Portobello, società quotata all'Egm, continua la sua forte crescita. Lo scorso anno il valore della produzione consolidato è salito a 88,4 milioni, +38%, con il settore media (pubblicità e barter) a quota 54,5 milioni (+27%) mentre il retail (negozi) è cresciuto a 11,5 milioni (+105%) e il B2B a 19,5 milioni (+38%). La catena dei negozi è passata dai circa 5 mila mq nel 2020 a oltre 12 mila mq a fine 2021, «quindi fatturato raddoppiato sebbene le aperture siano tutte state effettuate verso fine 2021», spiega il presidente Pietro Peligra, indice che la crescita è stata sia like for like sia per nuove aperture, con i nuovi negozi entrati immediatamente a regime. Inoltre anche a gennaio siamo in crescita like for like nonostante i dati Confimprese parlino di un calo per il settore retail del 30%. Questo si spiega col fatto che quando il consumatore diventa più prudente, di fronte al virus ma anche all'inflazione in ascesa, il rapporto qualità/prezzo dei nostri negozi diventa imbattibile». Portobello ha sottoscritto accordi per ulteriori 5 mila mq di negozi che farà arrivare a fine 2022 intorno ai 28 mila mq, con un'imponente crescita del retail: circa 30 nuove aperture sostenute attraverso un finanziamento di Deutsche Bank da 5 milioni. «Abbiamo utilizzato debito in quanto l'aumento di capitale dello scorso anno e la crescita dell'ebitda rendono l'indebitamento conveniente e sostenibile in termini di pfn», aggiunge Peligra. Intanto anche le business unit media cresce: la partecipata Gruppo Sae ha aggiunto il quotidiano *La Nuova Sardegna* a un bouquet composto da *Il Tirreno*, *la Nuova Ferrara*, *Gazzetta di Modena* e *Gazzetta di Reggio*.

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 9731



Superficie 15 %