

## **Idb: dopo Gervasoni e Meridiani nuova acquisizione entro fine 2016**

Milano, 18 mag. (AdnKronos)  
(Mem/AdnKronos)

Festeggia un anno di vita Italian Design Brands, con due marchi in portafoglio e un terzo che si appresta a entrare "probabilmente entro la fine dell'anno", mentre la Borsa è, e resta, la "naturale destinazione". Tra quanto? Non si può dire. Dipende da diversi fattori che non hanno a che fare necessariamente con il raggiungimento di un target di fatturato minimo. Ma se si pensa che oggi i due marchi acquisiti, Gervasoni e Meridiani, fatturano insieme 41 milioni di euro, e che il minimo necessario per una Ipo è nell'ordine dei 100 milioni, il conto è presto fatto. Potrà essere un anno o due, ma non molto di più.

Italian Design Brands (Idb) è il polo italiano del settore dell'arredamento, costituito da Private Equity Partners (fondata e controllata da Fabio Sattin e Giovanni Campolo), Paolo Colonna e i fratelli Giovanni e Michele Gervasoni e altri investitori a titolo privato. La logica sottostante è di natura più industriale, diversa dall'investimento a medio periodo da fondo.

"Non so chi sarà la prossima acquisizione" spiega l'ad Giorgio Gobbi, all'AdnKronos, chiarendo che ancora non è stato avviato nessun iter, nonostante diversi siano i contatti in corso: "più d'uno. Il timing dipende da tante cose e da fattori esterni. In questo momento non abbiamo alcun processo avviato, ma tecnicamente c'è la possibilità di chiuderne un'altra entro la fine

dell'anno". Certamente, sottolinea poi Gobbi in occasione della presentazione dell'andamento del 2015 alla stampa, "non si cerca la complementarietà dei settori. Cerchiamo piuttosto aziende dallo stile diverso, dalla forte personalità". Di certo non apparterrà all'universo ufficio, cucina o arredobagno, a causa dell'alta componente tecnica che li connota.

Gervasoni ha archiviato il 2015 con una crescita del 5,7% sullo scorso esercizio pari a 24 milioni di euro; l'ebitda si è attestato a oltre 4 milioni (17,1% del fatturato). L'utile è stato di 800mila euro. Per Meridiani lo scorso anno si è chiuso con un giro d'affari di 17,2 milioni di euro (+15% sul 2014).

L'ebitda si è attestato a 2,1 milioni e l'utile a 300mila euro. Per Sattin "la Borsa è un passaggio strategico che va affrontato quando concorrono una serie di fattori. Potrebbe anche essere più presto del previsto, ma non abbiamo nessuna esigenza".

Sattin ha voluto evidenziare come nel caso di Italian Design Brands, "non siamo intervenuti come fondo, ma come holding, volendo realizzare un'operazione diversa da quella tradizionale del fondo". Sul tema dell'operazione di natura industriale insiste Colonna: "un mio pallino negli ultimi trent'anni è stato quello di creare poli industriali, ricetta utile per gran parte dei gruppi italiani".

Fondamentale è lasciare che le aziende vengano gestite in continuità: "il dna

delle aziende va totalmente rispettato". Non si deve in sostanza mettere tutto insieme, nominare un solo amministratore delegato, perché così si snaturano e "si va contro il muro in tre mesi. Invece, le aziende devono essere totalmente rispettate".

E questo, evidenzia ancora Sattin, per entrare in un settore "che vale 30 miliardi e che è diverso dalla moda, perché gli italiani non hanno concorrenti. Un ambito è frammentato, e in questo assomiglia alla moda di 15 anni fa, ma rispetto al quale vogliamo evitare che accada quello che è successo al fashion", ceduto a mani

straniere.

Il tema fondamentale da affrontare è quello dimensionale : "il piccolo e bello - evidenzia Sattin - oggi è fuori luogo. Servono le dimensioni per crescere e le acquisizioni sono un importante driver per la crescita. Il processo di globalizzazione rappresenta una grande sfida anche se queste sono aziende che esportando moltissimo, ma il dna non è internazionale. I soldi non mancano. Il tema è la dimensione e non la profittabilità". Per Renato Crosti, fondatore di Meridiani, "è la prima volta che la Brianza riesce a fare davvero rete".