

STILI&TENDENZE

Italian Design Brands scommette sull'estero

■ Il piano industriale definito all'inizio prevedeva un'acquisizione all'anno e oggi Italian Design Brands - gruppo dell'arredamento fondato dodici mesi fa - spegne la prima candolina con la tranquillità di aver rispettato la tabella di marcia e di aver inserito nel proprio portafogli due aziende in crescita: Gervasoni e Meridiani. E ora Idb scommette sull'estero: trattative per aprire a Londra e in gara per un maxi-contratto in Scozia.

Arredo. Risultati positivi per le due aziende rilevate, Gervasoni e Meridiani

Italian Design Brands punta a crescere all'estero

Trattative per aprire a Londra, in gara per maxi contratto in Scozia

Giovanna Mancini

■ Il piano industriale definito all'inizio prevedeva una acquisizione all'anno e oggi Italian Design Brands - gruppo dell'arredamento fondato proprio 12 mesi fa - può spegnere la prima candolina con la tranquillità non solo di aver fin qui rispettato la tabella di marcia, ma anche di aver inserito nel proprio portafogli due aziende sane e in crescita.

Italian Design Brands - fondata da Private Equity Partners di Fabio Sattin e Giovanni Campolo, insieme al manager Paolo Colonna e ai fratelli Gervasoni, con il supporto di un gruppo di investitori privati - ha infatti acquisito, al momento stesso della costituzione, l'azienda friulana di arredamento Gervasoni (che edita i brand Gervasoni, Letti&Co e Verwood), e poi, lo scorso aprile, la

società brianzola Meridiani, specializzata nella produzione di imbottiti di alta gamma.

«Siamo soddisfatti dei risultati riportati - ha commentato Giorgio Gobbi, dallo scorso settembre amministratore delegato del gruppo - e ora guardiamo avanti con le prime operazioni di sinergia tra le aziende del gruppo, che è poi l'obiettivo stesso di Italian Design Brands». Ovvero - partendo dall'assunto che «piccolo non è poi così bello» - creare un polo del design italiano che raggruppi marchi eccellenti dell'arredo made in Italy, raggiungendo una massa critica capace di affrontare la sfida dell'internazionalizzazione, oggi decisiva per la crescita.

Le basi sono solide, spiega Gobbi: le due aziende acquisite - pur non godendo ancora degli effetti di queste sinergie - hanno chiuso il 2015 con risultati molto positivi, che portano il fatturato consolidato di Idb a 41 milioni di euro (l'obiettivo dichiarato del gruppo è raggiungere i 100 milioni di ricavi in quattro anni e quotarsi in Borsa entro 6-7 anni). Nel dettaglio, il fatturato di Gervasoni è arrivato a 24 milioni, con una crescita del 5,7% rispetto al 2014 e

un Ebitda di oltre 4 milioni, portando la crescita aggregata degli ultimi cinque anni al 9%. Anche Meridiani - fondata nel 1996 da Renato Crosti - ha saputo tenere testa alla crisi: negli ultimi cinque anni i ricavi sono cresciuti quasi del 7%, raggiungendo lo scorso anno i 17,2 milioni (+15% sul 2014), con un Ebitda di 2,1 milioni.

Le prossime mosse sono presto dette: pur senza nascondere l'ambizione di chiudere una ulteriore acquisizione entro l'anno, Gobbi precisa che non c'è fretta: «Idb è nato con una precisa logica industriale e non speculativa, quindi con la volontà di non porsi scadenze temporali, ma rispettare i tempi, talora lunghi, di questo settore e mettere insieme aziende di successo, non necessariamente diverse per categoria merceologica, ma per stile e identità, che vogliamo mantenere e rispettare».

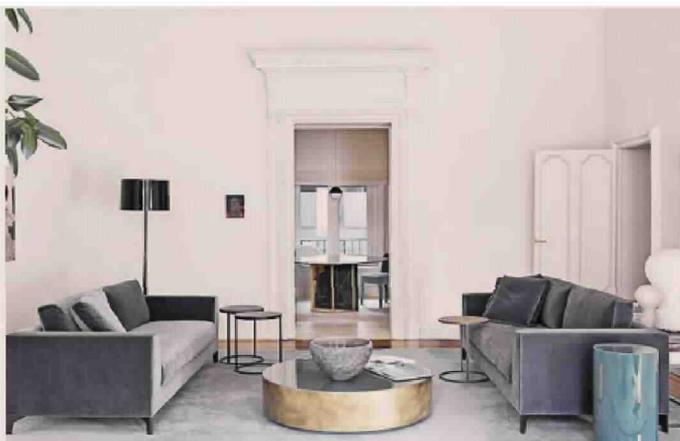
Le sinergie, dunque, dovranno essere soltanto strategiche e in questa direzione vanno le prime operazioni commerciali che Idb sta realizzando. L'apertura di uno spazio a Londra per entrambi i marchi (la location è stata individuata, ma la trattativa è ancora in

corso), nella logica di mettere insieme le forze sulle piazze più difficili o importanti (oltre a Londra, il mercato nordamericano, ma anche quello asiatico).

E inoltre l'offerta per aggiudi-

carsi un contratto importante in Scozia, per la fornitura di prodotti Gervasoni e Meridiani a un grande progetto di sviluppo residenziale: «Una commessa che, da sole, le due aziende non avrebbero

potuto ottenere - spiega Gobbi -. L'offerta è ancora in corso, ma già il fatto di essere entrati nella partita è il segno che la nostra strategia funziona».



In portafoglio. Gli showroom delle aziende di Idb: a sinistra, quello di Gervasoni a Tokyo; qui sopra, quello di Meridiani a Milano

