

Mobili, la Idb cresce con le acquisizioni di Pmi con charme



PROGRAMMA
 Giorgio Gobbi, ad del gruppo Idb: «Anche nel 2019 prevediamo una o due operazioni»

ARREDO-DESIGN

**Finalizzato l'ingresso di Saba Italia nel gruppo
 Entrata in Borsa nel 2021
 Giovanna Mancini**

In poco più di tre anni di vita, cinque acquisizioni e il raggiungimento di quella soglia, anche psicologica, dei 100 milioni che, sul mercato, può fare la differenza. Italian Design Brands (Idb) – il polo dell'arredo-design fondato nel maggio 2015 da Private Equity Partners di Fabio Sattin e Giovanni Campolo, insieme con Paolo Colonna e i fratelli Giovanni e Michele Gervasoni, supportati da un gruppo di investitori privati – ha finalizzato l'accordo per l'ingresso nel gruppo di Saba Italia, piccola ma dinamica azienda del Padovano specializzata negli imbottiti e arredi per la zona living.

«Stiamo procedendo più rapi-

damente del previsto sulla tabella di marcia – commenta Giorgio Gobbi, amministratore delegato di Idb –. Con quest'ultima operazione il fatturato aggregato, a fine anno, dovrebbe superare i cento milioni. Ma il nostro obiettivo di medio termine è arrivare a circa 200 milioni per poter procedere, verosimilmente nel 2021, a un'Ipo». Fino ad allora, la crescita del gruppo continuerà per via organica – tutte le aziende in portafoglio sono finanziariamente sane e registrano incrementi di ricavi e margini – e attraverso acquisizioni.

Dopo Gervasoni (2015), Meridiani (2016), Cenacchi International (2017) e Davide Groppi (2018), ieri è stata dunque la volta di Saba Italia, impresa fondata nel 1988 da Amelia Pegorin, che resterà al timone della sua creatura, oggi una realtà da 13 milioni di euro e 47 dipendenti. «Saba è un'azienda su cui avevo messo gli occhi diversi anni fa», spiega Gobbi – «perché mi ha sempre affascinato il progetto particolare di Amelia all'interno del mondo, piuttosto affollato, degli imbottiti». Un numero limitato di collezioni, ma ciascuna con una storia e

un concept da raccontare. Si tratta della terza azienda del gruppo specializzata nel segmento living ma, spiega Gobbi, si inserisce perfettamente nella logica di gruppo perseguita da Idb: «Noi non puntiamo a un'offerta completa per la casa – dice –. Nella nostra visione le sinergie tra le imprese si sviluppano a livello soprattutto manageriale, organizzativo e di investimento». Quello che conta è che siano aziende sane, che perseguono nel loro percorso di crescita in modo autonomo. Nel caso di Saba, le prime due aree di intervento saranno quella organizzativa – per supportare la gestione di una crescita molto rapida, che richiede anche nuovi spazi produttivi – e quella del contract, perché l'azienda padovana non ha al proprio interno competenze *ad hoc*. Altro aspetto importante sarà lo sviluppo dei mercati esteri, dove Saba al momento vende meno della metà della propria produzione.

E i prossimi passi di Idb? «Abbiamo già in mente qualche nome, ma di più non posso dire», risponde Gobbi. Di sicuro, anche il 2019 porterà un nuovo ingresso, o forse anche due.

