

Italian Design Brands (IDB) è il polo italiano nel settore dell'arredo e del design di alta qualità. Il Gruppo è stato costituito nel 2015 da **Private Equity Partners SpA** – di Fabio Sattin e Giovanni Campolo – Paolo Colonna, Giovanni e Michele Gervasoni, supportati da un gruppo selezionato di investitori privati. L'obiettivo era quello di promuovere un polo italiano nell'arredo e design di alta qualità, settore in cui l'Italia è leader mondiale e con ampio margine per aggregazioni, vista la dimensione limitata delle imprese. La struttura è quella tipica del club deal che ha consentito un'operazione di tipo industriale, con un orizzonte temporale medio-lungo. La prima società a entrare nel gruppo è stata Gervasoni, seguita da Meridiani, Cenacchi International, Saba Italia, Davide Groppi, Modar e Flexalighting. Oggi parliamo di un Gruppo che conta 7 società e oltre 400 dipendenti e ha il progetto di quotarsi nel giro di un paio di anni.

IDB, come struttura corporate, supporta e affianca le aziende in processi che difficilmente potrebbero portare avanti da sole: crescita organica, digitalizzazione, internazionalizzazione (IDB ha una propria filiale in Cina e ne ha appena aperta una in UK). La peculiarità di IDB, rispetto ad altre forme di investimento e aggregazioni, è proprio il fatto che la struttura corporate non è invasiva: IDB sigla accordi di maggioranza con le società, ma gli imprenditori mantengono la loro indipendenza e restano alla guida delle loro aziende.

ITALIAN DESIGN BRANDS

Il polo italiano dell'arredo e del design

A cura di Giorgio Nadali



INTERVISTA AD ANDREA SASSO

PRESIDENTE E AMMINISTRATORE DELEGATO DEL GRUPPO IDB (ITALIAN DESIGN BRANDS)



Che anno è stato il 2021 per Italian Design Brands? Quali progetti avete per il 2022?

“Il 2021 è un anno di grande slancio per Italian Design Brands (IDB), dopo un 2020 difficile ma in cui comunque non ci siamo fermati. Le chiusure e restrizioni del 2020 dovute alla pandemia hanno favorito un effetto gabbia che ha trasmesso ai consumatori maggiore attenzione verso l'ambiente casa, nonché la necessità di riorganizzare spazi e arredi in chiave smart working. Tutto ciò si è tradotto fin dai primi mesi del 2021 in un importante impulso all'acquisto di nuovi arredi per interno o esterno, facendo registrare tassi di crescita a doppia cifra anche rispetto all'anno 2019 e consolidando alcuni trend, quali nuove esperienze di acquisto e maggiore attenzione alla qualità e sostenibilità dei prodotti. Lato IDB abbiamo continuato ad investire in formazione, digitalizzazione e strutture per la crescita, supportando le società del Gruppo nello sviluppo di una serie di skills e strumenti che hanno consentito a ciascuna di loro di accelerare un percorso digitale in linea con le proprie esigenze. Alcune sono arrivate persino a presentare completamente online nuovi prodotti, come accaduto con la lampada “Origine” di Davide Groppi, o intere nuove collezioni, come nel caso di “Oltremare” di Saba Italia o

della linea “Outdoor” di Gervasoni. Dopo aver inaugurato all'inizio del 2020 una prima filiale commerciale in Cina, all'inizio di giugno abbiamo aperto una nuova sede di Gruppo a Londra. La nuova sede supporterà lo sviluppo commerciale internazionale dei brand IDB in un importante mercato europeo e in una città che è ancora oggi un hub di riferimento per la specifica di grandi progetti di arredamento e illuminazione destinati ai settori dell'hospitality e del residenziale di tutto il mondo. Il prossimo obiettivo è sbarcare oltreoceano, in USA, mercato molto ricettivo e in grande espansione. Sempre nel mondo dei progetti abbiamo siglato anche un'importante partnership con la prestigiosa collezione alberghiera Baglioni Hotel & Resorts, per la fornitura di articoli di arredo e illuminazione nelle strutture di prossima apertura e ristrutturazione. Per quanto riguarda invece la crescita per linee esterne, che per il nostro modello di business può definirsi quasi una modalità di sviluppo “organico”, poco prima dello scoppio della pandemia abbiamo concluso l'acquisizione di Flexalighting e, nonostante i mesi di blocchi e chiusure, abbiamo continuato a confrontarci e a creare contatti con diverse aziende del settore. Certo, in questa situazione di incertezza è sicuramente più complicato trovare la giusta “ricetta” per nuove partnership, ma contiamo di poter chiudere una nuova operazione entro l'anno. Vediamo una maggiore disponibilità al dialogo da parte degli imprenditori e crediamo che progetti di aggregazione come il nostro, che non è certamente l'unico sul mercato, saranno sempre più frequenti per permettere alle aziende di guardare al futuro sapendo di avere alle spalle un Gruppo solido che può aiutarle a crescere più velocemente. Intanto continuiamo a lavorare per uno dei nostri prossimi obiettivi più importanti, ovvero la quotazione in Borsa che idealmente avverrà tra la seconda metà del 2022 e l'inizio del 2023.”

Qual è il modello di business di Italian Design Brands?

“Il Gruppo è stato costituito nel 2015 con l'obiettivo di promuovere un polo italiano nel settore dell'arredo e del design di alta qualità su iniziativa di Private Equity Partners SpA - di Fabio Sattin e Giovanni Campolo - Paolo Colonna, Giovanni e Michele Gervasoni, supportati da un gruppo selezionato di investitori privati. Tecnicamente si tratta di un “Club Deal”, strumento che ha il vantaggio di connettere persone fisiche che su base personale credono nel progetto senza dover prevedere una scadenza predefinita per il rimborso dei soci investitori. Questa impostazione ci ha

permesso di portare avanti un'operazione di tipo industriale con un orizzonte temporale medio-lungo e con obiettivi ambiziosi come, appunto, la quotazione. Oggi il Gruppo è organizzato in 3 aree d'affari: l'area arredo per interni ed esterni, dove abbiamo appunto Gervasoni, Meridiani e Saba, l'area luce, con Davide Groppi e Flexalighting, e l'area arredamento custom per il mondo del fashion retail, dell'hospitality e del residenziale di lusso, dove abbiamo Modar e Cenacchi International. Sono tutte aziende eccellenti, in crescita e con una buona marginalità e IDB, con una struttura corporate molto snella, le affianca e supporta in processi e progetti che più difficilmente potrebbero portare avanti da sole: trasformazione digitale, internazionalizzazione, managerializzazione e, ove necessario, gestione di passaggi generazionali, sempre nel completo rispetto della loro identità e del loro DNA imprenditoriale. Il nostro modello rappresenta un'unicità perché garantisce l'indipendenza agli imprenditori delle aziende acquisite, che restano alla guida delle società reinvestendo con una quota azionaria di minoranza significativa, dando loro l'opportunità di accedere ad una piattaforma di Gruppo che opera come collante e spinta allo sviluppo.”

La vostra mission è rappresentare l'eccellenza dell'interior design e dell'artigianalità italiani nel mondo. Quali gli obiettivi ancora da raggiungere?

“Rappresentare l'eccellenza dell'interior design e dell'artigianalità italiani nel mondo è già un obiettivo molto ambizioso. A questo aggiungiamo un progetto che crea valore per tutti gli attori coinvolti: le aziende del Gruppo, gli investitori e, in generale, il sistema Italia a cui serve un soggetto come IDB che individui delle eccellenze e gli fornisca le risorse necessarie per farle crescere sane e forti in tutto il mondo. Noi non portiamo avanti solo un progetto ma anche, e soprattutto, l'idea sottostante: l'Italia vanta nel mondo dell'arredo e del design un ruolo di leader indiscusso e crediamo che questo settore debba avere sempre più un ruolo strategico e di riferimento per il nostro Paese. Italian Design Brands nasce da questa aspirazione con la constatazione che il design in Italia è un settore con un ampio margine di aggregazione, vista la dimensione limitata della maggior parte delle imprese che ne costituiscono la vera “pancia”. Siamo partiti con la prima azienda, Gervasoni, ormai più di 6 anni fa, e oggi siamo un Gruppo che conta sette società e oltre 400 dipendenti.”

Lei ha dichiarato che “la pandemia non ha fermato i settori Furniture e Lighting”. Perché?

“Entrambe queste aree d'affari del Gruppo hanno riscontrato sia una buona tenuta nel corso del 2020 che un importante

rimbalzo nel corso del 2021. Secondo le rilevazioni del Centro Studi FederlegnoArredo, nel primo semestre 2021 il comparto ha registrato una crescita media pari a +52% rispetto al 2020 e + 14% rispetto al 2019. IDB ha sovraperformato mettendo a segno un +64% rispetto al 2020 e un +25% rispetto al 2019 nell'area d'affari dell'arredo, e un +74% e +40% rispetto al 2020 e al 2019 nell'area dell'illuminazione. La principale sorpresa è arrivata per tutti proprio dal mercato Italia le cui vendite, sempre secondo FederlegnoArredo, hanno registrato mediamente un +67% rispetto al 2020, crescita sostenuta sia da una maggiore propensione culturale alla convivialità casalinga sia sicuramente dalle agevolazioni fiscali concesse dal governo per promuovere investimenti in questo ambito. Infatti, anche per IDB l'Italia è stato un ottimo mercato nel primo semestre 2021, con una crescita nell'arredo e illuminazione pari a circa +80% rispetto al 2020.”

L'arredamento conta in Italia circa 20.000 aziende. Secondo il presidente di FederlegnoArredo, Claudio Feltrin, “La fiera tutto sommato si sta riprendendo bene. Ha chiuso un 2020 con un -9,1%, mentre dalle previsioni della tarda primavera post-lockdown ci si aspettava delle doppie cifre in negativo”. Cosa ne pensa?

“Non solo sono d'accordo ma, come dicevamo prima, dal nostro osservatorio l'andamento e le previsioni sono ancora più rosei.”

Cosa si sente di dire ai vostri partners sulla soglia del nuovo anno 2022?

“Che la liquidità in circolazione in Europa per le note vicende pandemiche continuerà probabilmente a sostenere la crescita dei mercati anche nel nuovo anno, anche se a livelli di velocità inferiori rispetto all'effervescente 2021.”

Quali sono le condizioni per un'azienda per entrare a far parte del Gruppo IDB?

“Noi selezioniamo piccole-medie imprese in salute con elevato potenziale, che possano trovare nel Gruppo un alleato che dia ulteriore impulso alla loro crescita, sia in Italia che all'estero, senza perdere la propria identità e il DNA imprenditoriale che le contraddistingue. Un elemento fondamentale per IDB è che nasca da subito un certo feeling con l'imprenditore di riferimento: cerchiamo persone di grande valore morale oltre che di comprovato successo in campo industriale, disposte a partecipare attivamente alla vita sociale del Gruppo e a sedersi attorno a un tavolo per discutere, confrontarsi e crescere insieme. Vogliamo quindi continuare ad aggregare imprese di livello con una dimensione compresa tra i 5 e i 40 milioni di fatturato che condividano il progetto di crescita e i valori IDB.”