

<https://design.pambianconews.com/le-acquisizioni-trainano-i-9-mesi-di-italian-design-brands/>



Andrea Sasso, Chairman e CEO di IdB

Le acquisizioni trainano i 9 mesi di Italian Design Brands

Italian Design Brands continua nel suo percorso di crescita, soprattutto grazie alle nuove acquisizioni. Includendo anche i dati dei primi nove mesi dell'anno in corso di **Cubo Design**, **Axolight** e **Turri**, il gruppo attivo nel settore del design di alta gamma ha registrato, a fine settembre 2023, ricavi full pari a 221,4 milioni di euro, con una crescita totale pari al 49% rispetto al 2022 e puntando a raggiungere 300 milioni di giro d'affari. La sola crescita organica, cioè al netto delle acquisizioni, è pari al 7,3%, principalmente sostenuta dalla performance del luxury contract (+33,3%).

Nel corso del terzo trimestre 2023 il gruppo ha dato esecuzione agli accordi per l'incremento della propria quota in Axolight, specializzata nella progettazione e produzione di lampade di design e di cui IDB aveva una quota di minoranza dal 2021, per raggiungere il 51%. A settembre di quest'anno è stata perfezionata l'acquisizione di Turri, storico marchio operante nell'arredamento luxury che nel 2022 aveva registrato un fatturato di 28,1 milioni, per il 95% realizzati all'estero. "L'acquisizione – si legge in una nota – rappresenta per il gruppo un passo strategico per rendere sempre più eterogenea e complementare la propria offerta, nonché per

<p>AD HOC COMMUNICATION ADVISORS</p>	<p>PAMBIANCO <i>news</i> design</p>	<p>Data: 15.11.2023</p>
--	--	-----------------------------

consolidare la propria presenza nel canale soft contract ed estendere il proprio network commerciale in mercati rilevanti quali Medio Oriente e Africa, in cui Turri è particolarmente ben posizionata”.

L’EBITDA adjusted full è pari a 34,2 milioni, in crescita del 32,5% rispetto al 2022 (di cui organica +2,3%), con una marginalità percentuale del 15,4%. Il dato include un contributo temporaneamente diluitivo delle più recenti acquisizioni il cui risultato è soggetto a una maggiore stagionalità, storicamente più concentrato nell’ultimo trimestre. L’utile netto adjusted full è pari 14,9 milioni di euro (+9,4% rispetto al 2022, di cui organico un +1,2%) e con un’incidenza percentuale sul totale dei ricavi del 6,7%.

L’incidenza delle esportazioni è stabile al 75%. A seguito di un secondo trimestre che già aveva mostrato un rallentamento per il settore, soprattutto nel canale residenziale, anche il terzo trimestre conferma per il *Furniture, Lighting e Kitchen&Systems* un trend di normalizzazione rispetto all’ottima performance del 2022, maggiormente pronunciato nell’area europea. La posizione finanziaria netta totale si attesta a 151,0 milioni di euro.