

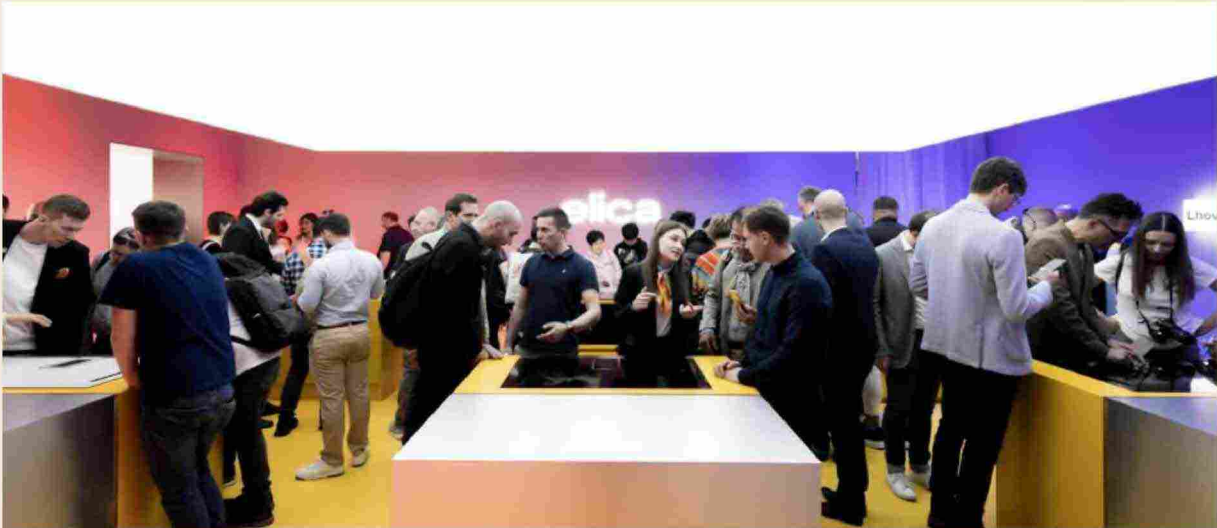
Servizio | Design-arredo



# Da Elica a Dexelance, focus di Piazza Affari sulle aziende del Salone del Mobile

di Giovanna Mancini

22 aprile 2024



## I punti chiave

- Opportunità per crescere in Borsa
- Dexelance, la sfida sull'alto di gamma
- Elica debutta nei forni e investe sul brand



Ascolta la versione audio dell'articolo

🕒 4' di lettura

Il successo del Salone del Mobile di Milano 2024, da poco concluso con oltre 361mila visitatori (+17,1% sul 2023) e con una forte presenza di buyer da tutto il mondo, potrebbe spingere non soltanto le vendite delle aziende presenti sul mercato dei consumi, ma anche il loro valore, o la loro appetibilità, a Piazza Affari.

Attualmente si contano sulle dita di una mano le aziende o i gruppi italiani del design quotati in Borsa e di questi solo tre erano all'interno della fiera (Dexelance con i marchi Gervasoni, Meridiani, Saba, Gamma Arredamenti, Turri e Binova Cucine per Cubo Design; Elica; Technogym), mentre altri hanno preso parte solo al Fuorisalone, come De Longhi e altri marchi del gruppo Dexelance. Marchi che possono sicuramente beneficiare dell'attenzione che tutto il mondo ha rivolto in questi giorni alle eccellenze del made in Italy e all'onda lunga che, nonostante una fase di mercato non certo brillante, ne seguirà.

### Opportunità per crescere in Borsa

«Lo straordinario successo del Salone del Mobile di Milano conferma il fatto che tutto il mondo guarda all'Italia e a Milano per il design. Una vetrina irrinunciabile per le aziende per mettere in vetrina le proprie novità, come ha fatto Elica con il lancio della sua linea completa nel segmento cooking - osserva Andrea Randone, Head of Mid Small Cap Research di Intermonte -. Gli investitori hanno ben presente che il mercato italiano ha dei distretti di assoluta eccellenza, tra cui quelli dell'arredamento. Vedo perciò buone opportunità per il settore anche sul mercato borsistico, a patto che le aziende riescano a fare un lavoro sui brand per aumentarne la notorietà a livello internazionale e per associarli all'immagine di lusso e desiderabilità come oggi avviene per molti marchi della moda o dell'orologeria». Un lavoro che molte imprese italiane dell'arredo-design hanno già avviato e su cui continuano a investire, proprio sul modello della moda, sebbene tra i due settori vi siano delle importanti differenze. Una su tutte, la marginalità più contenuta che generalmente caratterizza i comparti industriali legati alla casa, per esempio per esempio con costi della logistica molto maggiori per via dell'ingombro o della necessità di un montaggio presso il cliente.

Senza contare, aggiunge Randone, che «il mercato del lusso ha dimostrato una eccellente aciclicità, mentre quelli del mobile e del design difficilmente riescono a prescindere dai cicli del settore immobiliare e dell'edilizia, associati a loro volta agli incentivi fiscali sulla casa e ai tassi di interesse. Gli investitori potrebbero quindi applicare uno sconto valutativo per tener conto della maggiore ciclicità».

Detto ciò, Randone concorda sul fatto che le opportunità anche sul mercato dei capitali non mancheranno per le aziende del design, anche se difficilmente potranno esprimere i multipli a cui trattano oggi i gruppi del lusso.



## Dexelance, la sfida sull'alto di gamma

Ma non è nemmeno quello che le aziende del design si aspettano dalla quotazione in Borsa, come osserva Andrea Sasso, ceo di Dexelance (ex Italian Design Brands), gruppo quotato in Piazza Affari lo scorso maggio, sul segmento Euronext Milan, con 11 marchi di alta gamma nella propria scuderia e un fatturato 2023 di quasi 311 milioni di euro (+16,6% sul 2022 compreso il consolidamento delle ultime aziende acquisite). «Dexelance è un gruppo industriale che punta ad aiutare le piccole e medie imprese di eccellenza a crescere sul mercato - spiega Sasso -. La nostra è quindi una visione di lungo periodo, non ci interessa il valore del titolo giorno per giorno. Oggi peraltro scontiamo una fase del mercato borsistico non favorevole alle piccole e medie aziende, ma noi guardiamo ai risultati delle nostre partecipate, che crescono quasi tutte più della media di mercato e hanno chiuso il 2023 con numeri record. Siamo certi che anche la Borsa, nel tempo, riconoscerà al nostro gruppo il giusto valore». A oggi il titolo di Dexelance a Piazza Affari è a 10,10 euro, con una capitalizzazione di 271,9 milioni, quasi 11 volte l'utile atteso per il 2024 e due volte il patrimonio netto contabile.

Ma il vantaggio della quotazione, per Sasso, è soprattutto nella «visibilità e credibilità che abbiamo acquistato: siamo diventati ancora più attrattivi per le aziende del settore, non solo italiane e non solo medio-piccole, perciò essere in Borsa ci consentirà di consolidare ulteriormente il percorso di crescita anche per linee esterne che è alla base del nostro progetto industriale, nato del 2015 come Italian Design Brands e che oggi prosegue con il nome Dexelance per affermare il nostro posizionamento sull'alto di gamma e aprirci a operazioni anche sui mercati esteri».

## Elica debutta nei forni e investe sul brand

Un altro gruppo che sta investendo molto sul posizionamento del marchio è Elica, azienda di Fabriano che da 50 anni produce sistemi aspiranti da cucina e ha puntato su una proposta di design, che da quest'anno si è allargata a forni, piani a induzione e wine cellar, le cui collezioni sono state presentate proprio a EuroCucina, in occasione delkl'ultimo Salone. Un'estensione della gamma di prodotti accompagnata da investimenti anche sulla «brand identity», con un piano di oltre 40 milioni di euro in tre anni, destinati al progetto di trasformazione del business, in particolare nell'ambito R&D e marketing.



«Il design è un elemento molto importante per la nostra azienda e con la trasformazione presentata al Salone del Mobile diventa ancora più importante - spiega il ceo Giulio Cocci -. Non puntiamo al lusso, ma a un prodotto inclusivo commercialmente parlando, ma differenziato e differenziante e il design è funzionale a questo obiettivo. Tuttavia, rimaniamo un'azienda industriale, manifatturiera, che spesso subisce le dinamiche di consenso delle aziende che comprano materie prime e le trasformano. Perciò, dal punto di vista della Borsa, in questo stiamo vivendo una fase di forte pressione sul valore reale dell'azienda. Due anni fa il titolo Elica valeva circa 3,7 euro, il massimo dopo la quotazione, e già allora pensavamo già allora che il titolo fosse sottoquotato rispetto al valore dell'azienda, tanto che abbiamo iniziato e continuiamo a investire su noi stessi con una politica di buyback che andrà avanti». Il 2024 sarà un anno importante per l'azienda, che ha cambiato pelle, un anno di forte investimento anche se il mercato, non solo quello borsistico, è ancora sotto pressione: «Ma siamo sicuri che alla fine di questo percorso raggiungeremo gli obiettivi che ci siamo posti», aggiunge Cocci. Il titolo a Piazza Affari vale oggi 1,85 euro, con una capitalizzazione in Borsa di 116,5 milioni, circa 13 volte l'utile netto atteso per il 2014 ed è a sconto sul patrimonio netto contabile.

Riproduzione riservata ©

---

**ARGOMENTI** [impresa](#) [Piazza Affari](#) [Dexelance](#) [Milano](#) [Fabriano](#)

---

**Giovanna Mancini**  
Redattore ordinario[X @mancinica](#)