

Design, arredo e luce trainano i risultati del gruppo Idb

Sistema casa
Nel primo semestre record di vendite rispetto ai livelli pre Covid

Giovanna Mancini

«Gli ordini? Non dico nemmeno come stanno andando: sono numeri pazzeschi. Ma anche i ricavi sono incredibili. Siamo veramente contenti, perché questa ripresa è un bellissimo segnale, non solo per le aziende del nostro gruppo, ma per l'intero sistema». Andrea Sasso è arrivato alla guida di Italian Design Brands (Idb, il gruppo dell'arredo nato nel 2015, che comprende i marchi Gervasoni, Meridiani, Saba Italia, Davide Groppi, Flexalighting, Cenacchi International e Modar) a maggio dello scorso anno, proprio nelle settimane in cui le aziende italiane dell'arredamento cominciarono a rimettersi in moto dopo i mesi più duri della pandemia.

Una lunga cavalcata che oggi vede l'industria dell'arredamento trainare la ripresa dell'economia italiana (con una crescita dei ricavi del 14,3% nel primo semestre, rispetto allo stesso periodo del 2019, secondo i dati di FederlegnoArredo), ben riflessa dalle aziende di Idb. «Noi abbiamo al nostro interno tre aree strategiche – spiega il

ceo –: quella dell'arredamento ha registrato, nel primo semestre, un aumento del 64% dei ricavi rispetto al 2020 e del 25% rispetto al 2019. L'illuminazione è cresciuta del 74% rispetto al primo semestre dell'anno scorso e del 40% rispetto ai primi sei mesi di due anni fa, e

consideri che il 2019 era stato un anno record per noi. E la buona notizia è che anche l'Italia sta andando benissimo». Più complessa la situazione dell'area contract, che anche in questo caso riflette la frenata imposta dalla pandemia a questo canale distributivo in generale. «Ora è ripartita anche quest'area – precisa il managing director di Idb, Giorgio Gobbi – e abbiamo riavviato tutte le produzioni, ma i frutti veri li vedremo solo tra la fine di quest'anno e l'inizio del prossimo». C'è comunque una crescita del 10% rispetto al primo semestre 2020, ma ancora non sono stati recuperati i livelli del 2019. È probabile quindi che il gruppo nel suo insieme (112 milioni di euro di fatturato nel 2020), non riuscirà a raggiungere i risultati pre-Covid entro fine anno, ma le prospettive per il 2022 sono ottime:

«Ovviamente non potremo continuare a crescere a questi ritmi, sarebbe impensabile – osserva il ceo –, ma sono convinto che la fase positiva per il settore continuerà il prossimo anno e anche nel 2023 e nel frattempo tornerà a correre anche l'area contract». Il problema, ora, è stare dietro agli ordini: per fortuna il gruppo si era organizzato per tempo: Meridiani ha aumentato del 50% la capacità produttiva, grazie all'ampliamento dell'impianto realizzato durante lo scorso inverno; Saba Italia sta completando in queste settimane il nuovo sito produttivo, mentre i cantieri in Gervasoni inizieranno l'anno prossimo. «Continuiamo a investire – conclude Sasso – e continuiamo a guardarci intorno per concludere nuove operazioni. Il mercato è in fermento e contiamo di concludere la prossima acquisizione entro l'anno».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il ceo Sasso: «Anche l'area dei grandi progetti è ripartita, ma il pieno recupero sarà solo nel 2022»

