

# Ovs, Beraldo vuole il 9% del mercato

IN UN SETTORE STIMATO DA NIELSEN ANCORA IN FLESSIONE DEL 2,5%, LA SOCIETÀ AUMENTA IL FATTURATO DELL'1,6%. IL GRAN BALZO IN BORSA DAI 4,1 EURO DEL MARZO SCORSO AGLI OLTRE 6 DI OGGI, MENTRE GLI ANALISTI INDICANO UN TARGET DI 7

Paolo Possamai

Come i salmoni. Ovs, a furia di nuotare controcorrente lungo il torrente della crisi, inizia a mettere in fila numeri che promettono un capitolo nuovo nella storia della società scorporata da gruppo Coin e quotata nel marzo scorso. Numeri che non sono più pitturati di rosso, inclusa l'ultima riga di bilancio. Di sicuro, a valle della presentazione dei dati del primo semestre - chiuso al 31 luglio scorso - tutti i report di sim e banche d'affari hanno innalzato il target price verso la soglia dei 7 euro. Che non è un obiettivo da poco, ricordando come il debutto in Borsa poco più di sei mesi fa sia avvenuto a 4,1 euro (nella parte più bassa della forchetta di collocamento).

"Se non cambieranno in peggio le condizioni esterne, e considerando che prima della crisi avevamo un Ebitda margin attorno al 17-18%, ci sono le pre-condizioni per tornare a muoverci verso quei livelli di redditività" osserva Stefano Beraldo, amministratore delegato di Ovs e timoniere di Gruppo Coin da tre lustri. Tesi che trovano eco nei report degli analisti. Kepler, Equita, Intermonnte, Bank of America Merrill Lynch, Banca Imi collocano tutti l'asticella dei ricavi attorno a 1,32 miliardi per il bilancio 2016 e sopra a 1,4 miliardi per l'esercizio a seguire, con un Ebitda rispettivamente verso 170-180 e poco sotto ai 200 milioni per il 2017. In particolare, Equita sottolinea "le aspettative di ricavi in crescita dell'8% medio annuo nei prossimi tre anni, accompagnata da un aumento di circa 200 punti base in termini di marginalità, che si tradurrà in una ascesa media annua nei prossimi tre anni dell'utile per azione del 25%", mentre per l'annata in corso gli analisti della Sim stimano ricavi per 1,228 miliardi di euro, un Ebitda di 157 milioni e un utile netto di 17 milioni. La parola "dividendo", però, per ora

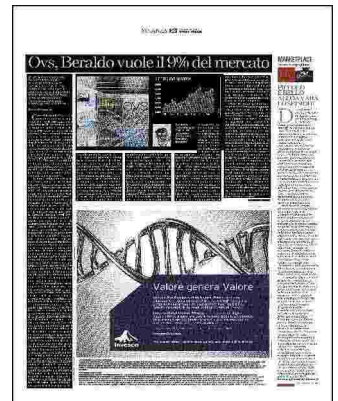
non rientra nel lessico.

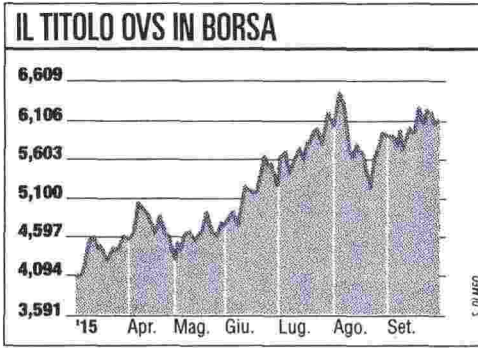
"Per il futuro vogliamo legittimare gli obiettivi finanziari e strategici evidenziati in sede di Ipo - dice ancora Beraldo - con l'accentuazione della nostra leadership, proseguendo nel consolidamento del mercato italiano. Un decennio fa avevamo attorno al 2% di quota, oggi siamo al 6,7 e dobbiamo crescere almeno fino all'8-9 come Ovs e come gruppo puntare al 12, avendo il peso specifico dei grandi national champions stranieri nei rispettivi paesi. Quando vari primari investitori inglesi e americani hanno sottoscritto per 3-400 milioni la nostra quotazione, che ha consentito di arrivare a un rapporto debito/ebitda pari a 1,9 e il dimezzamento della posizione finanziaria, è perché hanno creduto al nostro progetto di consolidare il numero uno italiano. E sottolineo che l'operazione è stata primaria perché non ci ha permesso solo di abbattere il debito, ma anche di aumentare il nostro capitale". Difatti, nel secondo trimestre di quest'anno l'indebitamento finanziario si è attestato a 319 milioni, in decremento rispetto ai 349 milioni del trimestre precedente e soprattutto dai 732 milioni della prima metà del 2014 (dimezzamento effetto appunto della quotazione a Piazza Affari).

La figura del salmone si adatta bene a evocare la vicenda di Ovs. La recessione ha implicato dal 2011 al 2014 una caduta anno dopo anno del 4-5% del mercato in Italia, tant'è che ante crisi era la prima piazza europea per l'abbigliamento e oggi è appena la terza. In questo stesso periodo hanno fatto il loro ingresso sulla scena o hanno potenziato la propria presenza big come Zara e H&M, oltre a Mango e Promod. Ma non bastava il mercato italiano cedente. Nel 2011 i fondi di Pai hanno venduto le loro quote di Gruppo Coin a BC Partner e l'operazione ha generato nuovo debito sulle spalle del gruppo fondato dalla famiglia veneziana. Contesto di mercato volatile e in caduta, stato patrimoniale appesantito e situazione finanziaria tesa non hanno impedito però a Ovs di crescere. Lo rileva Intermonnte, considerando come la catena sia passata dai 300 negozi del 2006 al migliaio del 2014. E se Kepler ha definito "incolpabile" l'ultima semestrale, dipende in particolare dai progressi fatti sul versante dell'ampliamen-

to della rete, aumentata nel periodo di 17 vetrine a gestione diretta e 98 in franchising (soprattutto per il segmento bambini). Tra le aperture di nuovi negozi previste per quest'anno, una ventina è programmata fuori Italia e l'espansione su scala internazionale è messa in evidenza da tutti gli analisti come un potenziale sinora non sfruttato. Processo che l'anno venturo prevede un centinaio di nuove aperture in Italia e fuori confine in particolare l'ingresso in Medio-Oriente. E in questo processo, che richiede investimenti per una cinquantina di milioni l'anno, non manca la ricerca del contenimento costi. Due anni fa, a fronte della volontà di sostituire con lampade led gli impianti di illuminazione dei negozi, Ovs ha attrezzato una grande asta di vendor financing: i fornitori hanno anticipato i 15 milioni di tecnologie installate, Ovs paga man mano che maturano i vantaggi energetici e economici. Lo scorso anno ha risparmiato 5 milioni sul conto economico.

Oltre alle nuove aperture vanno pure tenuti in conto i negozi ridisegnati ex novo, a partire dal grande flagship store milanese di corso Buenos Aires. "Un autentico campione nazionale - osserva al riguardo Beraldo - non si afferma solo con la numerosità dei negozi, ma anche per la rappresentatività del suo negozio più importante e la capacità di segnare architettonicamente e iconicamente un contesto urbano: il nostro store milanese segna il punto di arrivo di un brand, dato che non siamo più semplici retailer ma presidiamo l'intera filiera dalla creazione alla vetrina". La sottolineatura finale va decryptata: Ovs ha cambiato pelle e pure impronta, non si limita più a selezionare i fornitori meno cari in giro per il mondo e assemblare collezioni, ma pretende di esprimere un brand e dunque ha allestito un "ufficio stile", e da lì presidia a valle l'intero ciclo. Il tutto con l'assistenza di matematici e statistici per mettere a punto modelli di distribuzione e logistica, studi sulle tendenze di mercato, focus sui vari segmenti di prodotto e di consumatori.





A sinistra,  
l'ad del Gruppo  
Coin (di cui  
la quotata  
Ovs è parte),  
**Stefano  
Beraldo**