

**ABBIGLIAMENTO** Il manager azionista con quasi l'1%: «Arriveremo a mille negozi Kids nel mondo»

# Ovs inquadra l'obiettivo: tre miliardi

*L'Ad Beraldo: «Vogliamo il 10% del mercato italiano e crescere ancora all'estero. Pronti ad acquisizioni»*

**Maurizio Crema**

MESTRE

Ovs, Upim più Vogele oggi valgono quasi 2 miliardi di vendite. E tra cinque anni? «Penso che arriveremo a 2,5 miliardi come crescita organica, ma siamo sempre pronti a nuove acquisizioni per arrivare a 3 miliardi. In Italia e all'estero».

Stefano Beraldo, amministratore delegato e grande socio di Ovs (ha quasi l'1% del capitale) non delinea crescite mirabolanti anche se una decina di anni fa, quando è iniziata al sua avventura nel gruppo, la situazione era da profondo rosso mentre il bilancio 2016-2017 (chiude a gennaio) segna un risultato netto di 91,8 milioni. «Siamo cresciuti dieci punti in più del mercato - sottolinea il top manager - e siamo diventati leader in Italia col 7,4% di quota di mercato per 1,362,6 miliardi di vendite nette consolidate (+ 3,3% sul 2015-2016, + 1% senza le acquisizioni), il doppio di Zara ed H&M, più del triplo di Benetton. I margini sono positivi e sempre in crescita, con il buon risultato di Upim che grazie al nuovo posizionamento sul segmento famiglie ha aumentato il suo ebitda del 18%. Dalla quotazione in Borsa di due anni e mezzo fa abbiamo aperto 390 negozi in Italia (84 diretti il resto franchising), l'ultimo Ovs in ordine di tempo è stato aperto ieri a Venezia. E contiamo di crescere ancora sfruttando il fatto che il settore è ancora molto frammentato. Il nostro obiettivo è arrivare al 10% del mercato italiano, cioè circa altri 750 milioni di fatturato, attraverso l'apertura di almeno altri 150 negozi - rivela Beraldo -. Oggi siamo a



**STEFANO BERALDO**

L'amministratore delegato di Ovs ha portato il gruppo in Borsa due anni e mezzo fa e l'ha rilanciato raggiungendo i 1362 milioni di vendite. Ieri l'assemblea della società controllata dal fondo Bc Partners ha approvato la distribuzione di dividendi per 0,15 euro per azione. Utile netto a 91,8 milioni (+ 13,2%).

quota oltre 600 punti vendita Kids, l'obiettivo è arrivare a 1000 in tutto il mondo. Questo è un settore a cui credo particolarmente, per questo stiamo sviluppando anche un sito dedicato dove vorremmo ospitare anche le favole lette da attori e consigli per le mamme». Il 2017 si annuncia positivo, rivela l'Ad di Ovs che su Coin è criptico: «Non sono più il gestore di quella società, faccio solo il vice presidente - la battuta - posso solo dire che la società sta andando bene e che un passaggio proprietario è plausibile».

L'altro capitolo di crescita futu-

**VOGELE**

«Tagli in Svizzera, assunzioni a Mestre»

ra è l'estero: «Abbiamo una squadra dedicata che si occupa dello sviluppo, due giorni fa abbiamo aperto il primo punto vendita Ovs a Teheran - spiega Beraldo - andiamo molto bene in Spagna e Portogallo, anche grazie ai negozi Kids. E oggi il fatturato diretto dell'estero vale circa 50 milioni, il doppio in termini di vendite al cliente. Ma quest'anno vogliamo arrivare a 75-80 milioni. I Paesi obiettivo sono Iran, Cina, Arabia Saudita e penisola Iberica».

Poi c'è la collegata e gestita direttamente (forse nel 2019 controllata) Charles Vogele: «L'integrazione è a buon punto, abbiamo assunto qui a Mestre 50 addetti che dovranno gestire lo sviluppo del gruppo svizzero - spiega Beraldo - troppo alti i costi in Svizzera, le funzioni logistiche o prodotto ormai sono svolte qui da noi, in Italia. Un paese dalle grandissime potenzialità peccato che i politici poi pensino ad altro, alle leggi elettorali e alle elezioni». Spiegata la scelta di campo ora ci sono da illustrare le strategie: «Siamo usciti da Belgio e Olanda, venderemo i negozi in Germania - dice l'Ad di Ovs - ed entro la fine del 2018 convertiranno i 300 punti vendita Vogele in insegne Ovs e Upim, le prime operazioni danno risultati positivi. Il fatturato scenderà intorno ai 500 milioni ma i margini saliranno. A ottobre arriverà il delisting ed entro il 2019 decideremo se salire in maggioranza». Ma la scelta sembra già fatta, mentre si guarda anche a nuove griffe per toccare il segmento lusso. La sfida a Zara e H&M è lanciata.

© riproduzione riservata