

ABBIGLIAMENTO

Beraldo: «Ovs sarà ancora polo d'aggregazione»

VENEZIA La concentrazione è giudicata irreversibile nell'abbigliamento. E per Stefano Beraldo, sarà Ovs a fare da polo di aggregazione, con l'aumento di capitale da 80 milioni chiamato venerdì.

a pagina 11 Nicoletti

«Concentrazione irreversibile Ovs sarà polo d'attrazione»

Assemblea il 15 dicembre per l'aumento di capitale da 80 milioni: «Cresceremo»

VENEZIA «Questa è un'operazione trasparente, di una società che ha l'obiettivo di consolidare un mercato italiano dell'abbigliamento frammentato intorno a molti attori deboli». Avvia il conto alla rovescia per l'aumento di capitale da 80 milioni, Stefano Beraldo, amministratore delegato di Ovs, la catena veneta dei negozi d'abbigliamento (quasi 1.400 milioni di ricavi nel 2019). Una decisione comunicata venerdì, nel cda che aveva approvato i conti del terzo trimestre, chiusi con ricavi per 360 milioni, +6% addirittura rispetto ad un anno fa, e posizione finanziaria netta in miglioramento, con debiti per 360 milioni rispetto ai 395 di un anno fa. Ora l'aumento di capitale andrà in approvazione nell'assemblea dei soci convocata ieri per il 15 dicembre, per poi essere eseguito entro il luglio 2021. Con un blitz che rilancia Ovs al centro di un mercato dell'abbigliamento che marcia a fatica sul campo minato dei lockdown.

Beraldo, avete dichiarato che l'aumento lo fate per le acquisizioni. Perché vi siete decisi? Non conveniva essere più prudenti, tra le incognite della pandemia e dei mercati finanziari?

«Un'azienda guarda certo ai mercati, ma prima di tutto al suo progetto industriale. Pre-

pariamo le munizioni per la prima parte del 2021 per avanzare nella strategia di consolidamento del mercato, vista l'accelerazione delle crisi che altri vivono: le aziende con cui parliamo sono molte».

Eppure il momento è di un'incertezza assoluta.

«Vero. E il nostro segmento tra i più colpiti dai lockdown. Ma vero anche che, appena riaperti i negozi, i clienti sono tornati oltre le attese. Abbiamo chiuso il terzo trimestre in crescita, nonostante gli ultimi dieci giorni di ottobre fossero già critici, e fino al 20 ottobre crescevamo del 12%. La nostra strategia ci vede ben piazzati per questo momento, con l'attenzione alla famiglia e alla casa, alla qualità, ma a prezzi accessibili. E se le ricerche parlano di ritorno ai localismi, noi i negozi li abbiamo ovunque, non solo nelle principali vie delle grandi città».

Nella relazione all'aumento di capitale dichiarate la concentrazione come «tendenza irreversibile». Muovete per anticipare altri?

«Più che altro vogliamo continuare a fare noi, come da quindici anni a questa parte. Siamo partiti con il 2% del mercato e siamo all'8%. Siamo cresciuti aggregando molto, da Upim a Bernardi, da Mela Blu a Dem, a lana: è un buon mestiere anche nei momenti

in cui la torta si rimpicciolisce. L'esser multicanali e l'aver tre marchi - Ovs, Upim e Croff -, negozi grandi e piccoli, diretti e in franchising, ci legittima nel ruolo ancor più che in passato. Non vedo altri consolidatori: o noi o nessuno. L'aggregazione non è finita, Ovs può crescere ancora».

Le occasioni sono tante, dite. Ma a cosa guardate? Alla casa dove crescete?

«Siamo interessati a reti nell'abbigliamento, settore che ben conosciamo. Nella casa stiamo già aprendo molti negozi».

Per dire: Stefanel e Conbipel potrebbero interessarvi?

«Non è un mistero che abbiamo guardato Conbipel più volte. Poi la procedura riteneva possibile ottenere un prezzo per noi non congruo e ci siamo ritirati. Purtroppo i fatti hanno mostrato che congruo non era. Per un'azienda come Conbipel noi ci siamo».

E Stefanel? Magari c'è qualche negozio e un marchio ancora interessante...

«Sì, sì, certo... Noi siamo interessati ai negozi, con Stefanel i discorsi potrebbero essere anche diversi; ma non è un'azienda con cui stiamo parlando. Su Stefanel nessuno ci hai mai chiesto niente».

Coin non se ne parla...

«L'abbiamo sganciata tre anni fa: no».

Quanti casi aperti avete?

«Parliamo delle dita di una mano. Non si concretizzeranno tutti; magari uno».

Oltre le acquisizioni l'aumento serve anche per rafforzare il patrimonio, tra incertezze, possibili perdite e finanziamenti rilevanti come quello con Sace?

«No, è tutto per acquisizioni. Ci siamo decisi a valle di una posizione finanziaria netta a fine ottobre migliore dello scorso anno, che ha sorpreso tutti. Lo facciamo per non usare debito nelle acquisizioni. Non è il momento di fare i fenomeni con la leva finanziaria, ma di fare le cose giuste. Questa credo lo sia per azienda e investitori».

Di quanti soldi avrete bisogno? Tutti gli 80 milioni?

«Vedremo anche cosa dicono gli investitori. Intanto è importante che il più rilevante, Tamburi con il 23,3%, abbia scelto di aderirvi da subito integralmente. E dopo l'interesse uscito dalle prime telefonate tra venerdì e sabato, sono giunte conferme nel weekend e lunedì. Poi non saranno venti milioni in più o in meno a far la differenza con un bilancio da 1,5 miliardi».

Ovs oggi è guidata dai manager e da un investitore di riferimento in minoranza. L'aumento cambierà l'assetto? Possibile un'Opa?

«No, Ovs resterà una public

company quotata e non c'è intenzione di farla uscire dalla Borsa. Se l'aumento non fosse sottoscritto del tutto, l'asse Tamburi-Beraldo potrà superare il 25%, potendo poi acquistare fino a un altro 5% senz'obbligo di Opa. È un mecca-

nismo positivo per gli azionisti, che sostiene il valore delle azioni, al contrario della pressione al ribasso che deriverebbe da un consorzio di garanzia che dovesse rivendere azioni non acquistate».

Voi dite: oggi non esistono

solo società hi-tech a cui guardare, anche un'azienda come Ovs, posizionata bene e aggregatore di mercato, può essere interessante.

«Estremamente interessante. Oggi siamo vittime dei preconcetti e della rischiosità di

un settore. Ma a differenza del lusso, nel nostro segmento l'e-commerce da solo non basta: la chiave è la multicanalità. Per crescere a tassi del 100% nel web, come ci è successo nel lockdown, e vedere i clienti tornare nei negozi riaperti».

Federico Nicoletti

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Al timone
Stefano Beraldo, 63 anni, è amministratore delegato della catena veneta dei negozi dell'abbigliamento **Ovs**



Le occasioni aumentano. Avanti con la strategia che seguiamo da 15 anni

Interessati a Conbipel, non a **Coin**. Su Stefanel nessuno ci ha chiesto mai nulla



Mossa solo per le acquisizioni: non vogliamo usare debito

Non ci sarà un'Opa o il delisting. Restiamo public company

