

Il Sole **24 ORE**

10 luglio 2019

## Gibus cerca spazio sul mercato europeo dell'outdoor design

**AIM**

L'azienda pronta a crescere con acquisizioni, in 6 mesi ricavi in crescita del 18,8%

**Matteo Meneghello**

Lo spazio sul mercato europeo per una proposta che sappia coniugare made in Italy e tecnologia c'è. Le pergole e le tende da sole ad alto contenuto tecnologico di Gibus si preparano ad aggredire i mercati di Germania, Francia, Austria e Benelux, con una strategia di crescita per acquisizioni. Una scelta che arriva a valle dell'operazione di quotazione sull'Aim avvenuta il mese scorso, con cui la società padovana (22 milioni di ricavi nel primo semestre) ha raccolto 5 milioni di euro, tutti destinati all'aumento di capitale. «Non abbiamo sul tavolo dossier specifici - spiega l'amministratore delegato, Alessio Bellin -, ma abbiamo individuato con cura il target. Cerchiamo aziende con una dimensione di fatturato pari a circa la metà della nostra, in Italia ma soprattutto all'estero. Non cerchiamo un'estensione della gamma: vogliamo rimanere nel nostro ambito di prodotto allargando la presenza sul mercato e il raggio d'azione commerciale. Ci sono operatori, soprattutto all'estero, che sono molto ben focalizzati su specifici ambiti regionali: quello è il nostro target ideale».

L'azienda conferma anche la crescita per linee interne che nell'ultimo anno l'ha portata a dotarsi di nuove risorse commerciali in Francia e in Germania, oltre che a investire nella gestione informatica dei dati e nella ricerca. Il prodotto Gibus, spiega il presidente e amministratore delegato Gianfranco Bellin, ha una forte componente

tecnologica. L'azienda in questi anni ha saputo ricercare soluzioni originali, grazie ai lavori di ricerca interna, per risolvere problemi legati al gelo, alle infiltrazioni d'acqua, al forte vento. Accanto a questo, la proposta di Gibus conserva un tasso di design che manca ai concorrenti austriaci e tedeschi e per questo motivo i vertici sono convinti che il gruppo, nonostante le dimensioni ridotte rispetto alla taglia di alcuni competitor, possa ritagliarsi un ruolo di player europeo a tutto tondo in un mercato che vale circa 3 miliardi di euro, con tassi di crescita significativi nelle singole categorie di prodotto.

Nei primi sei mesi dell'anno Gibus ha visto crescere i ricavi del 18,8 per cento, con una velocità quasi doppia all'estero, dove le vendite sono passate a 7,4 milioni (+30,2%) portando l'incidenza sul totale dal 31% al 34 per cento. Si espande anche il Gibus atelier, il modello di light franchising utilizzato per la commercializzazione dei prodotti: gli affiliati sono saliti a quota 388, con un exploit soprattutto fuori dall'Italia (+34% a quota 88 punti vendita).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

### In Borsa

Ieri a Piazza Affari

