

INDUSTRIA ITALIANA

ANALISI E NEWS SU ECONOMIA REALE, AUTOMAZIONE, INNOVAZIONI, TECH

DIRETTORE FILIPPO ASTONE



Anche la pergola ha un cuore hi-tech

9 luglio 2019

di Laura Magna ♦ Gibus, azienda attiva nel campo della schermatura solare, nel primo semestre 2019 ha registrato un fatturato pari a 22 milioni di euro, contro i 18,6 dello stesso periodo dell'anno precedente. Il segreto della società da poco quotata all'Aim? Investire in R&D e presidiare tutta la filiera

Ha appena annunciato i risultati del primo semestre 2019, Gibus, tra le ultime quotate di Aim. Si chiama come un cappello francese elegante e tecnologico, produce pergole hi-tech – che quella eleganza e tecnologia vogliono sintetizzare – nella provincia padovana e vuole crescere all'estero, dove guarda con interesse anche a possibili acquisizioni. E per migliorare costantemente la propria marginalità continuerà a mettere l'intelligenza nelle sue strutture outdoor. Ma partiamo dai numeri. Nei primi sei mesi dell'anno la società ha fatturato 22 milioni (contro i 34 dell'intero 2018 e i 18,6 del primo semestre 2018).

«I ricavi del primo semestre 2019 evidenziano una forte crescita (+19%) trainata essenzialmente dal segmento lusso-high end; le pergole bioclimatiche e zipscreen rappresentano il 38% dei ricavi (33% nel primo semestre 2018), trainate dalle novità di prodotto introdotte sul mercato grazie all'intensa attività di ricerca e sviluppo. L'estero cresce del +30% in termini di ricavi e rappresenta una quota sempre più importante grazie al successo delle iniziative intraprese nel 2018 per presidiare i principali mercati europei», dice a *Industria Italiana* Alessio Bellin, amministratore delegato, seconda generazione di un'azienda a gestione profondamente familiare – che però non le ha impedito di spiccare il volo, innovando in un settore tradizionale e diventando un unicum nel panorama internazionale, grazie ai prodotti e al modello di business.



Una famiglia di innovatori

Il gruppo Gibus viene fondato nel 1982 e per oltre 20 anni ha visto operare sotto un'unica strategia commerciale quattro aziende familiari indipendenti attive nel campo della **schermatura solare** e con sede in Veneto, Toscana Piemonte. «Alla fine degli anni '80 era necessario trovare un brand comune: Gibus era il nome di un cappello a cilindro francese e usato per andare al teatro. Era dotato di una molla all'interno che permetteva di impacchettarlo. Insomma un connubio di meccanica ed eleganza oltre che un cappello sotto cui mettere le quattro aziende», dice Bellin. Il vero salto avviene nel 2016, con l'ingresso (con il 25,6%) del fondo di private equity **Alkemia Sgr** per razionalizzazione la compagine societaria.

Dopo poco più di due anni la famiglia **Bellin-Danieli** riacquista il capitale e si ritrova in mano un'azienda con margine operativo lordo raddoppiato (il margine industriale, pari al 43,7% nel 2015, si attesta al 47,2% nel 2018; l'Ebitda passa da 2,3 milioni del 2015 a 4,6 milioni del 2018; l'Ebitda margin si incrementa dal 7,5% nel 2015 al 13,6% nel 2018; cassa per 3 milioni e un posizionamento internazionale, che vale a fine 2018 10,5 milioni di ricavi, pari al 31% del totale. Nel primo semestre 2019 sono cresciuti del 30,2% rispetto al pari periodo del 2018 arrivando a 7,4 milioni, (il 34% del totale). Uno sviluppo che intende proseguire con la quotazione in **Borsa**, avvenuta lo scorso 20 giugno.



LA SEDE DI GIBUS

La quotazione in Borsa

Gibus è la 117esima società quotata su Aim: in fase di Ipo ha raccolto 5 milioni di euro che, come spiega Bellin, «saranno utilizzati per accelerare il percorso di crescita organica e per linee esterne. Ma la quotazione stessa rappresenta un unicum nel nostro panorama competitivo. Con soddisfazione abbiamo portato sul mercato dei capitali un settore nel quale la creatività italiana costituisce il principale vantaggio competitivo».

Quotarsi è stata per Gibus una scelta naturale, «la prosecuzione di una strategia che si è rivelata vincente negli ultimi quattro anni e che si basa su quattro pilastri: R&D, espansione internazionale del dealer network, brand awareness e ottimizzazione della capacità produttiva. Questo percorso di sviluppo, grazie ai capitali raccolti con la quotazione sul mercato Aim Italia, potrà essere accelerato attraverso l'acquisizione di aziende europee o italiane di piccola o media dimensione, con buona rete commerciale nei principali mercati europei anche su canali distributivi complementari. I ricavi esteri hanno registrato un Cagr 2015-2018 pari a +10%. Il focus è ora dal Portogallo al Baltico, ma i mercati principali sono Germania, Austria, Svizzera, Francia, Lussemburgo, Belgio, Olanda».



LA PRODUZIONE ALL'INTERNO DELLA FABBRICA DI GIBUS

Il prodotto: l'intelligenza nella pergola

La strategia di crescita citata da Bellin è consistita oltre che nell'espansione all'estero, nella revisione del mix di prodotto verso linee a più elevata marginalità, ovvero Lusso High Tech (pergole bioclimatiche) e Sostenibilità (zipscreen) che rappresentano nel 2018 rispettivamente il 24% e il 12% dei ricavi. E che hanno registrato un Cagr 2015-2018 rispettivamente a +59% e +12%. La parte preponderante la fa ancora la linea design, che vale 19,5 milioni, ovvero il 60% del fatturato complessivo.

Ma cosa hanno di diverso le strutture di Gibus rispetto al mercato? Il fatto che siano ipertecnologiche e smart: capaci di regolare la temperatura nello spazio sottostante o di scongelare la neve quando si posa al di sopra della tettoia; dotate di impianti di illuminazione e di filodiffusione integrati, di sensori in grado di misurare la potenza del vento e chiudersi se questa supera un dato numero di nodi all'ora; e che possono essere controllate da remoto tramite App.

«Storicamente i prodotti fanno del connubio tra **tecnologia meccanica** e know-how della **lavorazione tessile** la propria forza e negli ultimi anni ha assunto un ruolo sempre più importante l'**elettronica**. Inoltre un ruolo chiave nell'offerta di valore è dato dal **design**, sviluppato in collaborazione con studi di progettazione e premiato a livello italiano e internazionale con riconoscimenti come **Adi Design Index** e **Red Dot Award**», dice Bellin.

Dunque, vediamo in dettaglio le diverse linee: la lusso high tech, pergole biodinamiche, che rappresenta il **28%** dei ricavi del primo semestre 2019 e registra un incremento del **+46%** rispetto al 30 giugno 2018, è caratterizzata da coperture composte da lame di alluminio orientabili in grado di regolare il microclima in modo naturale e senza alcun consumo energetico, grazie al moto convettivo dell'aria calda che tende a salire e crea una micro ventilazione nell'ambiente sotto la pergola. La linea sostenibilità (zip screen) che rappresenta l'**11%** dei ricavi del primo semestre 2019 ed evidenzia una performance del **+28%** rispetto al 30 giugno 2018, è trainata dalla famiglia di prodotti **Click zip**, nata nel 2018: parliamo di tende a caduta verticale con guide laterali in alluminio, funzionali a proteggere e schermare diverse tipologie di spazio; hanno un impatto positivo sul risparmio energetico degli edifici.

Il cuore della famiglia Click zip è il brevetto mag lock, un blocco magnetico, integrato in tutti modelli, che migliora la resistenza al vento e ha permesso di raggiungere la certificazione di classe 6 (oltre 100 km/h). La linea design, infine (pergole, tende da sole, vetrate e complementi), che rappresenta il **56%** dei ricavi del primo semestre 2019, presenta una crescita del **+7,5%** rispetto al 30 giugno 2018 e beneficia dell'ottimo contributo dato dai nuovi modelli di tende da sole high end lanciati a marzo 2019, **Nodo** e **Txt**, che si posizionano nell'alto di gamma grazie a un design di primo livello combinato ad optional tecnologici d'eccellenza come l'innovativa **illuminazione a led integrata Microspot**. **Med Zenit** e **Med Azimut**, introdotte nel 2018, costituiscono il top di gamma: strutture caratterizzate dalla forma cubica e dalla copertura impacchettabile in tessuto pvc che scarica l'acqua meteorica grazie alla peculiare forma arcuata dei profili in alluminio che la sostengono. Tra gli altri brevetti di Gibus, un sistema intelligente collegato a resistenze elettriche di cui sono dotate le pergole bioclimatiche installabili in zone con un'importante precipitazione di neve, il cui carico eccessivo potrebbe far crollare le strutture. «Il sistema consente di regolare le resistenze in modo da limitare al minimo il consumo di energia, quando si attivano le resistenze per sciogliere la neve e impedire che attecchisca», dice Bellin.



La fabbrica

Si tratta solo di esempi: Gibus è una pmi innovativa che investe costantemente in R&D circa il 3% del fatturato e, con oltre 45 soluzioni tecniche brevettate e 26 modelli di design tutelati, ha definito nuovi standard di qualità nel settore: «elevare il contenuto tecnologico e di design dei prodotti è la chiave per competere nel segmento high end del settore outdoor e rispondere alle esigenze di sempre maggior comfort nella fruizione degli spazi esterni», spiega Bellin. L'azienda presidia l'intera catena del valore: la progettazione dei prodotti è completamente sviluppata internamente da un team di sette persone tra ingegneri e tecnici che creano prodotti e nuove soluzioni. E tutti sono caratterizzati da elevati livelli di personalizzazione.

«Ogni prodotto è completamente su misura, non esistono prodotti standard ma per tutti da materiali semilavorati e a seconda delle specifiche richieste si realizzano impianti con dimensioni che variano al millimetro e che vengono personalizzati in maniera quasi individuale – spiega Bellin – L'aver radici in un territorio come quello del veneto padovano, un bacino industriale ricchissimo, fatto da meccanica, stampistica, imballaggi, un tessuto da cui attingiamo il 90% di tutto il materiale che utilizziamo per la produzione, dai tessuti all'alluminio, nel raggio di 100 km dai nostri due stabilimenti in provincia di Padova, il primo a Saccolongo e il secondo a Veggiano, a 10 km dall'headquarter».

Gibus è dunque un grande trasformatore: «abbiamo partner storici tra gli impianti di tessitura, per esempio: forniamo tessuti in 500 varianti che tagliamo e confezioniamo, con sette tecnologie diverse di saldatura. Idem per l'alluminio: ce ne approvvigioniamo da aziende che fanno estrusione e poi facciamo il taglio e la fresatura. Siamo in grado di passare dalla barra e dal rotolo di tessuto a un prodotto pronto alla posa in un tempo breve, che va dalle due alle cinque settimane, secondo parametri qualitativi elevati».



LA PRODUZIONE ALL'INTERNO DELLA FABBRICA DI GIBUS

Il modello di business

Ciò che distingue Gibus, oltre al prodotto, è anche il modello di business. L'azienda è presente in Italia e nei principali Paesi europei con una rete di 388 Gibus Atelier che rappresenta un unicum nel panorama competitivo nazionale e internazionale.

«Il network atelier è il nostro cavallo di battaglia, perché ci consente di presidiare appunto tutta la filiera: di installare il prodotto a clienti residenziali o professionali e garantire l'assistenza successiva attraverso dealer affiliati – che sono appunto i Gibus Atelier. Questi punti vendita sono aziende indipendenti e sottoscrivono con Gibus un contratto di distribuzione: diventando rivenditori autorizzati ai quali sono riservate iniziative di comunicazione, attività di formazione e aggiornamento, attività tecniche e di marketing e altri servizi. In un business B2B2C il dealer rappresenta non un cliente ma un partner strategico nel processo di vendita, installazione e manutenzione del prodotto. Nel primo semestre 2019 il network ha registrato una crescita significativa e presenta, alla data odierna, 388 punti vendita affiliati, +12% rispetto ai 346 al 31 dicembre 2018. Un delta creato in sei mesi con una performance molto importante nei mercati esteri, dove i punti vendita sono arrivati a quota 118, in crescita del +34% rispetto agli 88 di fine 2018».

In Italia i punti vendita sono cresciuti del 5% nei primi sei mesi del 2019 passando da 258 unità a fine 2018 ai 270 di oggi. «Nel mercato italiano la crescita è più moderata perché siamo già presenti con una certa capillarità sul territorio nazionale. Ma si tratta in ogni caso di numeri che danno la misura del successo del nostro modello», conclude Bellin. Nel 2018 il fatturato generato dai Gibus Atelier (pari al 79% del fatturato complessivo) ha registrato una crescita del 13% in Italia e del 10% all'estero rispetto all'esercizio precedente. Tra gennaio e giugno 2019 i ricavi generati dalla rete, pari a 16,8 milioni, hanno registrato un incremento complessivo del +21,2% rispetto al 30 giugno 2018, con performance a doppia cifra sia in Italia (+19,1%) che all'estero (+26%).

