



10 Luglio 2020

## **L'INTERVISTA: Gibus; Bellin, trend crescita ordini e' strutturale**

MILANO (MF-DJ)--Gibus, brand italiano del settore outdoor design di alta gamma e Pmi Innovativa quotata su Aim, registra ordini in forte crescita dopo la riapertura post lockdown per il Coronavirus e l'aumento della domanda non e' legato ad un semplice 'rimbalzo' ma ad un vero e proprio trend strutturale legato a nuovi stile di vita. E' quanto afferma Alessio Bellin, Amministratore Delegato di Gibus, interpellato da Mf-Dowjones dopo che l'azienda ha registrato nel primo semestre ricavi consolidati pari a 17,9 mln euro, in calo rispetto ai 22 mln dello stesso periodo del 2019. In particolare, l'analisi mensile dei ricavi evidenzia una performance a doppia cifra nel bimestre gennaio-febbraio (+34,7% e +18,7% rispettivamente), un inevitabile calo nei mesi di lock-down (marzo e aprile) per poi registrare un importante contenimento del calo nel mese di maggio, interessato dal riavvio delle attivita' produttive, e un giugno record a 6,5 milioni, +21,8% rispetto a 5,4 milioni nel giugno 2019. "Il numero assoluto sul semestre e' in calo di circa il 19%, ma la nostra lettura e' positiva", afferma Bellin, sottolineando che "il dato chiaramente risente dell'effetto del lockdown, durante il quale e' venuta meno la fatturazione delle merci, ma quello che secondo noi e' interessante e' il trend che abbiamo al netto di questi mesi di chiusura. Gia' l'anno era partito positivamente con il primo bimestre in crescita. Marzo e Aprile hanno avuto un 'stop', ma poi la quantita' di ordini ricevuta nel mese successivo e' stata positiva; gia' maggio e' stato un mese buono, seppur in calo rispetto allo stesso mese dello scorso anno, ma scontava ovviamente le difficolta' della riapertura". Nonostante la chiusura per il lockdown, prosegue Bellin, "siamo riusciti a mettere in moto la nostra macchina industriale e a Ripartire con slancio nel mese di giugno dove abbiamo chiuso con 6,5 mln in termini fatturato a livello mensile. Vediamo un trend positivo; non e' solo un rimbalzo fisiologico degli ordinativi, ma vediamo proprio un mercato molto reattivo nell'ambito dell'outdoor living. Pensiamo che possa essere legato proprio ad un tema di stile di vita. Le persone sono state tanto tempo a casa e hanno avuto modo di rivalutare la necessita' di migliorare gli spazi abitativi con una particolare attenzione all'esterno. Riscontriamo un forte interesse dei consumatori finali. Questo e' un elemento positivo con trend equamente distribuito sia sul mercato nazionale che internazionale". Bellin ritiene che questo non sia un fatto temporaneo, ma "un trend strutturale che proseguira' anche nel secondo semestre. E' chiaro che l'emergenza Covid sta generando un certo impatto sull'economia, ma e' vero che Gibus si posiziona nella fascia medio/alta del mercato". "In questo momento la nostra sfida e' di recuperare il gap di fatturato perso durante il periodo di chiusura. Una parte l'abbiamo recuperata a giugno e un'altra parte nel primo bimestre. Il nostro obiettivo e' di continuare a correre per cercare di colmare questo gap. Al di la' dei dati prettamente numerici che andranno a influenzare il conto economico dell'anno, credo che il che tema di maggiore interesse per gli investitori sia capire il trend generale del mercato di riferimento, che e' molto positivo", conclude Bellin.