

BAT GROUP Il gruppo è partecipato al 21,6% dal Fondo italiano di investimento. Nel 2015 ha realizzato un fatturato di 57 mln. In forte aumento nel 2016

A vele spiegate

Pagina a cura
di **Guido Lorenzon**

La partenza nel 1983 è stata la produzione di accessori e componenti per tende, il passo successivo l'apertura di una seconda fabbrica per realizzare il prodotto finito, poi la costituzione del Gruppo con acquisizioni e costituzioni di società estere, l'avvio del passaggio da azienda familiare ad azienda a conduzione manageriale, l'apertura del capitale sociale al fondo di investimento e l'ingresso nel progetto Elite di Borsa Italiana. Questi i principali capitoli della storia ancora in forte accelerazione di Bat, azienda di Noventa di Piave (Venezia) fondata da Amorino Barbieri, maggiore azionista e presidente. BatGroup progetta e produce sistemi solari e loro parti, in particolare per tende a bracci estensibili, tende con cassonetto, tende a caduta, cappottine e tende per vari sistemi di copertura come verande e giardini.

Nell'ultimo esercizio il fatturato consolidato realizzato con 309 dipendenti è stato di 57,1 milioni di euro (23 sono quelli della capogruppo) con un ebita del 12,6%. Nel 2014 il fatturato era stato di 53 milioni di euro con un ebitda dell'11,4%. L'export è del 75% del fatturato.

Nel quartier generale di Noventa di Piave, sede della originaria società per azioni, capofila e holding del gruppo, tutte le parti vengono progettate, ingegnerizzate e prodotte. «La suddivisione in due macro segmenti, ossia produzione di accessori e prodotto finito, permette al gruppo di soddisfare in maniera efficiente tutte le esigenze dei clienti sparsi in più di 72 paesi diversi», ha detto Gianluca Pellicciari amministratore delegato, «gli accessori costituiscono un catalogo

di 8.378 voci e sono fabbricati nello stabilimento di Bat, mentre il prodotto finito esce dallo stabilimento di KE, una società costituita nel 1987 con sede

e impianti a poche centinaia di metri. Questa organizzazione permette al Gruppo lo studio, la progettazione e la realizzazione di prodotti con un alto contenuto di design e di tecnologia».

La crescita, costante, è sostenuta da un adeguato livello di

internazionalizzazione. Il prodotto finito non si presta al trasporto su grandi distanze e, altro carattere, richiede servizio iniziale e successivo al montaggio. Nel 2008 è stata costituita Bat Iberica per consolidare e aumentare le vendite in Spagna e in Portogallo. La presenza negli Stati Uniti è garantita da due società. La prima è KE Durasol, frutto di una acquisizione nel 2008, poi integrata e ora articolata con tre stabilimenti nelle zone di New York, nel Vermont e a Los Angeles, quest'ultimo aperto nel 2014. La seconda, Bat Usa, è stata costituita nel 2010. «Le necessità del servizio ci obbligano a essere sul posto e offrire l'intera gamma. Il prodotto con maggiori potenzialità sul mercato americano è la gamma outdoor», ha detto l'amministratore delegato. Nel 2011

il gruppo di Noventa di Piave ha messo radici in Francia, con l'acquisizione di un'azienda locale per il prodotto finito, poi divenuta KE France, e con la fondazione di Bat France.

Nel 2011, a processo di internazionalizzazione avviato, il Fondo Italiano di Investimento è entrato con il 21,6% nel capitale sociale, il restante è riconducibile ad alcuni storici e alla famiglia Barbieri che controlla la maggioranza. La società acquista nuovo vigore. Accanto all'internazionalizzazione vengono avviati progetti per la diversificazione e l'innovazione del prodotto, oltre che per la sua riconoscibilità. Sono stati messi a punto dei brevetti, nella produzione sono stati introdotti nuovi macchinari con evidente presenza di isole robotizzate e l'impiego di nanotecnologie nella verniciatura. Sono realizzate, in KE, linee di prodotto per nuovi concetti del vivere. In particolare dalla protezione solare si passa

alla ricerca del benessere della vita all'aperto con Xtesa, una pergola con il tessuto ad arrotolamento anziché a pacchetto, che si adatta ad essere installata anche in ambienti architettonici estremi e con la gamma Gennius, un sistema modulare completo per la schermatura solare, che garantisce eleganza e tecnologia, oltre che affidabilità.

Per il 2016 è prevista una ulteriore crescita, sia nei mercati internazionali che in quello italiano. A fine aprile il gruppo ha registrato una crescita del 15% del consolidato, un +25% per KE Protezioni solari e un +15% per Bat SpA. «Questi sono i frutti della costanza del nostro lavoro e di quello dell'anno scorso in nuovi prodotti, migliore organizzazione e sviluppo dei mercati, anche con nuovi distributori», ha concluso Gianluca Pellicciari. (riproduzione riservata)



Gianluca Pellicciari

