

Imprese & Territori



MONCLER VESTE L'INTER

Tra le celebrazioni per i 70 anni del brand, il rinnovo della partnership con il club milanese. Remo Ruffini, ceo di Moncler, ha disegnato un piumino (nella foto) coi due loghi www.ilsole24ore.com/moda



DIVENTIAMO L'ENERGIA CHE CAMBIA TUTTO.

Sicurezza energetica

Ravenna, arriva il via libera al rigassificatore —p.22

Rinnovabili

Boom di richieste a Terna per allacciare gli impianti —p.22

Industria del bianco, Electrolux e Whirlpool al riassetto in Italia

Manifattura

In flessione le vendite del settore: a rischio la soglia dei 10 milioni di pezzi

Gli americani di Whirlpool pronti a uscire dall'Europa: in corsa turchi e cinesi

Matteo Meneghelo

Il mito dell'elettrodomestico italiano, già messo a dura prova nell'ultimo decennio, vacilla dopo le scelte strategiche di Whirlpool ed Electrolux. Le due multinazionali hanno raccolto in Italia l'eredità del miracolo industriale degli anni Sessanta degli Zanussi, degli Zoppas, della Ignis, della Indesit, della Industrie Merloni. Ma ora Whirlpool si prepara a varare una revisione strategica del business Emea, mentre Electrolux ha comunicato un taglio di 4mila posti di lavoro nel mondo e i sindacati temono per l'Italia lo stop di alcuni investimenti già programmati. Lo scenario di recessione incombe e l'attuale struttura produttiva rischia di non essere più adatta al nuovo mercato. Il rimbalzo post-Covid è andato in archivio, e le prospettive sono per un calo a doppia cifra, con l'Italia costretta a confrontarsi con il costo del lavoro del mercato polacco e con l'aggressività dei nuovi operatori extraeuropei. Lo stesso sindacato chiede al Governo che il «bianco» sia considerato settore strategico, mentre i produttori, riuniti in Applia, giocano la carta del risparmio in bolletta per smuovere un mercato che torna a dare segni di saturazione: i volumi produttivi minacciano di scendere sotto la soglia psicologica dei 10 milioni di «pezzi», poco di più del convenzionale «zoccolo duro» dell'alto di gamma, l'unica produzione che le fabbriche italiane sembrano potersi permettere nel prossimo futuro.

Le scelte dei colossi

Il primo a gettare il sasso nello stagno è stato, prima dell'estate, il ceo di Whirlpool corporation, Marc Bitzer. Commentando i risultati del primo trimestre, il manager ha spiegato che in questi anni il gruppo è riuscito a rendere profittevole un business che in precedenza perdeva soldi, ma ha aggiunto che non è abbastanza. Il gruppo punta su Usa e India e cercherà altre strade per alzare l'asticella del valore nel lungo termine; l'obiettivo è puntato su direzioni diverse, anche con funzione anticiclica rispetto ai segmenti di business principale, per esempio i servizi (il gruppo ha già una piccola presenza nel settore delle lavanderie) o le linee professionali. Per questa ragione, ha spiegato Bitzer, «una vendita a titolo definitivo è possibile, è una delle opzioni». Nell'ultima trimestrale la società è stata più esplicita, confermando in parte i rumors che circolavano da settimane: la revisione strategica della presenza europea - l'hq Emea ha sede proprio in Italia, a Pero - si avvicina alla conclusione, e la due diligence con due potenziali investitori è giunta alla fase finale. Non sono escluse soluzioni ibride, ma il mercato è pronto a scommettere sull'ingresso in Europa di un player turco, o cinese, o comunque extraeuropeo, interessato al know how e alle quote di

mercato della vecchia Europa. In ripiegamento, anche se con scelte meno radicali, anche l'altra grande corporation che ha messo radici sul suolo italiano, Electrolux. Il gruppo svedese ha generato nell'ultimo trimestre un Ebit negativo per 385 milioni di corone, e la perdita finale è stata di 605 milioni di corone. È stato avviato un piano di riduzione dei costi che dovrebbe portare a un beneficio di 4-5 miliardi di corone sul conto economico, ma che porterà anche a un taglio di 4mila posti di lavoro, soprattutto in Usa. In Italia, però, spiegano i sindacati, l'azienda potrebbe rimettere in discussione il piano di investimenti che negli ultimi anni ha portato a rafforzare diversi hub ritenuti strategici.

Il mercato

I dati del terzo trimestre indicano in tutta Europa un calo del 10-12%, Italia compresa. Il mercato dei grandi elettrodomestici è un mercato di sostituzione, e dopo il rimbalzo post Covid (+18,5% nel 2021) c'è stato un arretramento, giudicato «fisiologico» dagli operatori, ma che rischia di protrarsi nei prossimi trimestri e avere conseguenze nel medio-lungo periodo, se si comprendono nell'analisi anche i costi della logistica, delle materie prime, e quelli energetici, che impattano anche sul lato della domanda. La curva produttiva mostra che la tendenza, post Covid a parte, è in atto da tempo, con un graduale ritorno alla situazione degli anni Novanta, e il rischio di scendere sotto la soglia dei 10 milioni di «pezzi» prodotti. Cambia però il mix. Mentre freddo e lavaggio sono sotto i minimi storici, la cottura resiste, ma solo in virtù di un fattore difensivo (il know how italiano sul gas) ora messo in discussione dal nuovo quadro geopolitico. Al di sotto dei 10 milioni, spiegano gli operatori, c'è l'«alto di gamma», segmenti resilienti rispetto alla concorrenza sui fattori produttivi degli altri competitor o che possono contare su elementi di valore aggiunto rappresentato dalla vicinanza alle filiere (è il caso dell'incasso, legato ai distretti del mobile e ai



IMAGOECONOMICA

Sotto i 10 milioni di pezzi in Italia.

La perdita di competitività dell'industria europea di elettrodomestici riguarda anche la domanda e le produzioni italiane

cantieri). Parlando di costi, l'Italia ha sulle spalle un 10-15% in più rispetto alla cosiddetta «best cost country» (per non parlare del confronto con le «low cost countries»). Il delta comprende per circa due terzi il costo del lavoro, per un altro terzo costi fissi strutturali.

Risposte e reazioni

Dopo l'annuncio di Whirlpool, Fim-Fiom-Uilm hanno chiesto un confronto con il Governo. Il sindacato si domanda se l'esecutivo Meloni ritenga «strategico il settore e quali azioni straordinarie intenda intraprendere per salvaguardarlo». La convinzione è che «in questo momento di turbolenza con ripercussioni anche sulle vendite degli elettrodomestici è necessario aumentare le risorse per investimenti e sviluppo di nuovi prodotti certifi-

cati per il risparmio energetico e immaginare nuove e ambiziose misure di politica industriale». Applia ha a sua volta proposto un incentivo per chi intende cambiare un elettrodomestico vecchio con uno a più alta efficienza energetica. La formula studiata prevede uno sconto del 25% sul prezzo d'acquisto, fino a massimo 150 euro. «Per intervenire in maniera strutturale sui consumi domestici - spiega il dg di Applia Italia, Marco Imparato -, dovremmo aumentare l'efficienza degli apparecchi, privilegiando quelli con una classe a maggiore rendimento. Oggi il parco installato è vetusto, con una vita media oltre i 14 anni». La misura, a fronte di uno stanziamento di 350 milioni di euro, sosterebbe l'acquisto di 2,5 milioni di nuovi apparecchi, «un vantaggio per famiglie e ambiente e un sostegno a una delle eccellenze del made in Italy - conclude Imparato -: la filiera di fascia alta è un asset importante, con 145mila occupati, indotto compreso, un settore sensibile al rialzo dei costi dell'energia e delle materie prime, che va supportato in maniera intelligente».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Ceramica Dolomite, grande rilancio dopo la crisi

Crisi aziendali

L'ex sito Ideal Standard modello di rigenerazione industriale e produttiva

Barbara Ganz

BORGO VALBELLUNA (BL)

Una giornata storica e un messaggio alle altre vertenze aperte in Italia: c'è un modello per trasformare l'abbandono di un sito industriale da parte di una multinazionale in una storia di nuova impresa, che salva per intero i posti di lavoro e punta a riprendere lo spazio che si era conquistata prima della crisi.

È il caso di Ceramica Dolomite Spa, rinata ufficialmente ieri: la fabbrica in realtà è in funzione dal 22 luglio scorso, quando è stato riaperto il primo forno. La nuova società nasce dal progetto di una cordata formata dall'imprenditoria veneta più solida: Banca Finint di Enrico Marchi, Delfin di Leonardo Del Vecchio, Luigi Rossi Luciani Sapa e Za-Fin di Bruno Zago. Decisivo l'accordo raggiunto un anno fa con la multinazionale Ideal Standard in uscita, che ha lasciato il sito, i macchinari, il marchio a un prezzo simbolico e le competenze maturate dal 1965 anche con il supporto degli aiuti economici che lo Stato distribuì nella provincia dopo la tragedia del Vajont.

Al fianco dei lavoratori - e presenti ieri - la Regione con l'assessore al Lavoro Elena Donazzan e l'Unità di crisi guidata da Mattia Losego, i sindacati, Daniele Straventa di Invitalia che, attraverso il Fondo di Salvaguardia Imprese operativo da marzo 2021, ha contribuito a consentire la continuità dell'impresa finanziando una parte del programma di ristrutturazione, l'ex ministro per i Rapporti con il parlamento Federico D'Incà che ha contribuito al lungo lavoro di tessitura ed Enrico Marchi, presidente del Gruppo Banca Finint e promotore della cordata. Ora l'obiettivo è fronteggiare le difficoltà a cominciare dai costi dell'energia (i forni arrivano a 1.200 grad) e presentare un nuovo catalogo di prodotti entro sei mesi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

e se la decarbonizzazione avesse un impatto positivo sul tuo business?

EDISON NEXT Diventiamo l'energia che cambia tutto.

edisonnext.it