ROSARIA AMATO, ROMA

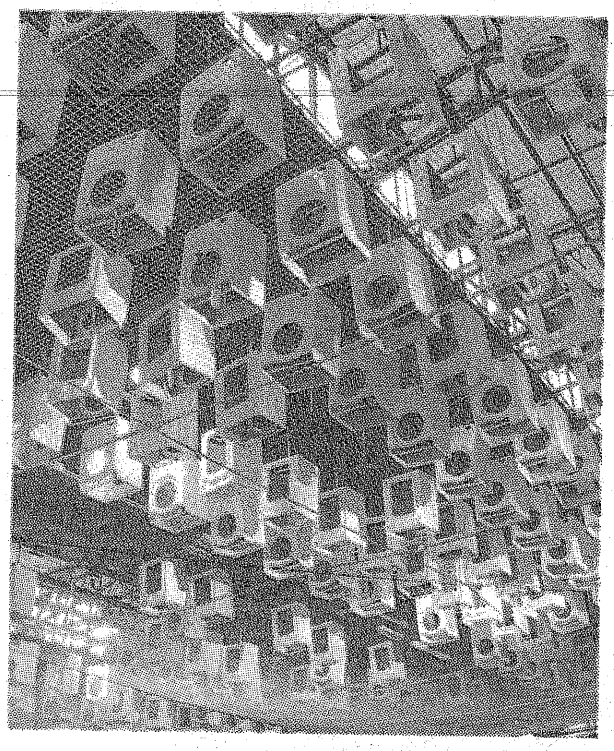
Il colosso cinese Haier, proprietario della società da un anno, trasferisce il suo quartier generale europeo a Brugherio e fa 70 nuove assunzioni

Strategie aziendali

REPUBBLICA - 14/10/18

Candy, il cuore in Brianza

Da Parigi a Brugherio, in Brianza. A un anno dall'acquisizione di Candy, Haier trasferisce il proprio quartier generale europeo nella sede che è stata a lungo il cuore pulsante del gruppo fondato nel 1945 dalla famiglia Fumagalli. Haier, un colosso che l'anno scorso ha fatturato 38 miliardi di euro e si avvicina adesso ai 40, con oltre 87 mila dipendenti, è l'unica azienda della classifica Fortune 500 ad avere una sede in Brianza. Una scelta non casuale, spiega il ceo di Haier Europe Yannick Fierling, al timone dell'operazione che già sta facendo correre Candy verso un raddoppio del fatturato (i dati mostrano che si sta avvicinando l'obiettivo dei due miliardi contro 1,15 del 2017): «Haier ha fatto molte acquisizioni, in particolare dal 2011, e sempre utilizzando lo stesso criterio: per noi sono di estrema importanza la storia e il legato di ogni azienda. Ogni nuova azienda è un'acquisizione diversa dall'altra, è una strategia di successo ampiamente sperimentata nel passato».



Yannick Fierling ceo di Haier Europe

LA STORIA

Haier Smart Home (fino ad agosto Qingdao Haier) è una compagnia fondata nel 1984 (ma ha delle origini più antiche, il primo nucleo risale agli anni '20) a Qingdao, una città sul Mar Giallo, nell'Est della Cina. È quotata dal 1993 alla Borsa di Shanghai. Qingdao è anche una città chiave nella partnership con la Cina, la nuova Via della Seta, e vanta antiche relazioni con l'Europa, la stessa architettura ricorda molto quella europea, in particolare quella tedesca. L'acquisizione di Candy è avvenuta nell'ottobre dello scorso anno: alla famiglia Fumagalli, che da tre generazioni gestiva l'azienda, ormai diventata una multinazionale, sono stati versati 475 milioni di euro; l'operazione ha permesso ad Haier Europe di diventare il quinto gruppo nel settore, nel Vecchio Continente. Nonostante la storica fabbrica di Brugherio, fondata negli anni '60, non versi proprio in ottime acque (attualmente i circa 450 dipendenti sono in cassa integrazione a rotazione, con scadenza il 10 novembre, l'auspicio per il momento è quello di ottenere un rinnovo fino al settembre del prossimo anno), l'operazione è ben lontana dall'aver acquisito i contorni di altre cessioni di storici marchi del Made in Italy, e non solo perché da Parigi, armi e bagagli, si sono trasferiti i manager di Haier Europe. Intanto al «Vogliamo assumere, non licenziare», annunciato da Fierling sono seguiti i fatti: alla fine di quest'anno i nuovi assunti saranno circa una settantina, figure professionali che vanno dal marketing alla ricerca e sviluppo, cruciale anche in precedenza in Candy, e orientata negli ultimi anni anche dai dati che arrivano dagli elettrodomestici connessi, ultima frontiera per forni, lavatrici e frigoriferi ma soprattutto, assicura Fierling, strada vincente per un futuro da leader del settore. «Connettività non significa solo avere la possibilità di operare a distanza con i propri elettrodomestici, accendere d'estate l'aria condizionata e d'inverno il riscaldamento - spiega il ceo - ma anche creare un ecosistema che aiuti a gestire meglio le proprie giornate. Il frigorifero che dialoga con il forno, e ti dice quello che ti manca per preparare un piatto in programma. A volte si tratta di contributi semplici ma estremamente utili: per esempio analizzando i dati delle lavatrici connesse Candy ci siamo accorti che il programma più utilizzato era quello "rapido". Abbiamo allora creato una lavatrice che dà la possibilità di effettuare ben nove tipi diversi di cicli rapidi». E si chiama RapidÓ.

INTELLIGENZA DOMESTICA

Gli elettrodomestici "intelligenti" in Europa sono ancora ai primi passi: la leadership di Haier nel settore mostra sostanzialmente la stessa quota di mercato in Cina e nel Vecchio Continente, circa il 70 per cento. In Cina però corrisponde a 58 milioni di utenti, in Europa ad appena uno. Si tratta quindi di un "oceano blu" che Haier ha tutte le intenzioni di affrontare con successo per tutti i tipi di elettrodomestici: a oggi ha una quota di mercato globale basata sui volumi del 15,1 per cento nei grandi elettrodomestici, del 22,7 per cento negli apparecchi di refrigerazione free-standing e del 19,8 per cento negli elettrodomestici per la pulizia. Il piano di espansione coinvolge la fabbrica di Brugherio: l'attuale livello di produzione di 400 mila lavatrici annue passerà entro il 2021 a 500 mila.

©RIPRODUZIONE RISERVATA