

Candy, nasce la lavatrice che chatta «Così batteremo la concorrenza»

Il gruppo di Brugherio punta al rilancio: la casa connessa è il futuro

IL PATTO

JOINT VENTURE COI COLOSSI
DELL'ESTREMO ORIENTE
PER CONQUISTARE SPAZIO

PROSPETTIVE

ASSICURARSI UNA FETTA
DEI 33 MILIONI DI PEZZI
VENDUTI NEL 2016 IN CINA

Il fondatore

Eden Fumagalli nel '45 fonda l'azienda importando dagli Usa l'idea di sgravare le donne dall'incombenza dei bucati fatti a mano



Il successo

Dalla crisi del Dopoguerra allo sviluppo di idee competitive: debutta la lavabiancheria con il marchio ispirato da una canzone americana

di **LUCA ZORLONI**

- MILANO -

ELETTRODOMESTICI intelligenti? Un percorso da cui non si torna indietro. La casa connessa è già una realtà e sarà sempre più al centro delle scelte delle famiglie. Per questo la domanda non è più «se» o «quando», ma «come». Come consolideranno la propria quota di mercato le società nel segmento dei prodotti intelligenti? Che strategie adotteranno e con quali prodotti? Domande che si sono posti anche ai vertici del gruppo Candy, visto che la famiglia Fumagalli punta a conquistare una quota di mercato decisiva nella fascia delle macchine smart. «Il tasso di penetrazione di questi prodotti oggi è al 2-3%, ma entro tre anni saranno almeno il 50% del mercato», ha spiegato l'ad, Beppe Fumagalli, presentando l'ultimo bilancio. Co-

me dire: prima si aggredisce il mercato dell'elettrodomestico connesso, prima si può ritagliare uno spazio di rilievo e determinare il ritmo che deve tenere la concorrenza.

E PER FARLO Candy intende giocare la carta delle lavatrici. Sono il prodotto su cui il gruppo di Brugherio ha fondato la propria fortuna dagli anni Quaranta, saranno la chiave di volta del piano «smart» per i prossimi anni. Non solo in Italia. A marzo i Fumagalli sono volati in Cina per ufficializzare un accordo con Hefei Meiling, azienda cinese quotata allo Shenzhen Stock Exchange e controllata da Sichuan Changhong Electric, colosso cinese dell'elettronica di consumo, con un fatturato di oltre 1,4 miliardi di euro nel 2015. Can-

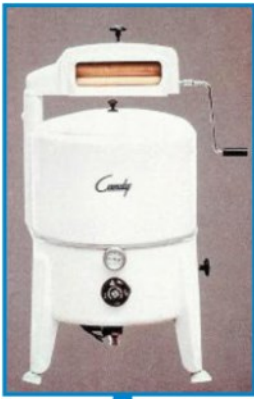
dy e Meiling hanno creato una joint venture, con l'obiettivo di sviluppare una società che si occuperà del marketing e della distribuzione delle lavatrici Candy, Jirling e Meiling, nel comparto a carica frontale. Nel Paese del dragone, infatti, sono state vendute nel 2016 33 milioni di

lavabiancheria e 9,6 sono quelle con il classico oblò. Per questo, Candy ora cala il suo asso: Bianca, la nuova lavatrice connessa. Il segmento smart dovrà sostenere la crescita dell'azienda, che l'anno scorso ha chiuso con un miliardo di euro di ricavi ed entro il 2021 vuole raddoppiarli. Nel 2016 Candy è tornata in utile, con un margine di 12 milioni, dopo anni in rosso. E in primavera la famiglia ha firmato un'iniezione di 70 milioni per sostenere il rilancio.





IN FABBRICA
A Brugherio
l'ultimo
sito produttivo
rimasto
in Italia
Dopo anni
di perdite
nel 2016 Candy
è tornata
all'utile
con 12 milioni
Iniezione
di capitale
dalla famiglia
Fumagalli



ANNI '40
Il primo
modello
di lavatrice
ispirato
a quelli
in uso
in America



ANNI '60
Primi modelli
con funzioni
automatiche
sul mercato



OGGI
Bianca
la nuova
macchina
connessa
al web
svelata
a Berlino