

IoT e big data spingono il gruppo Candy-Haier: la crescita è a due cifre

ELETTRODOMESTICI

Il matrimonio con il gruppo cinese funziona: ora la leadership è mondiale

In crescita prodotti condivisi grazie al lavoro dei ricercatori di Brugherio

Matteo Meneghello

Dal nostro inviato

BERLINO

«L'unione tra Haier e Candy-Hoover sta funzionando, e sta già dando i suoi primi frutti. Il primo semestre è stato buono, siamo cresciuti a doppia cifra. In dieci anni, dal 2008 al 2018, Haier è passata da 18,5 a 39,1 miliardi di fatturato, e l'Europa, grazie al contributo delle neoacquisite, oggi vale 2 miliardi».

È passato solo un anno dalla decisione della famiglia Fumagalli di cedere il controllo del gruppo di Brugherio ai cinesi, ma sembra un secolo. Il ceo di Haier Europe, Yannick Fierling, ha preso casa a Milano («non a Monza, la famiglia ha voluto Milano» spiega un po' amareggiato) e ritiene di essere già a buon punto nel processo di creazione di un grande presidio europeo per l'Haier, che è abituata a numeri da leader. «Con una quota del 15,4% del mercato siamo i primi al mondo per il terzo anno consecutivo - spiega - e il distacco sui competitor aumenta. In Europa siamo quinti con il 5,9% ma saremo tra i primi tre entro cinque anni. D'altra parte siamo le due realtà che sono cresciute più velocemente negli ultimi anni sul mercato europeo e queste due forze messe insieme possono solo produrre ottimi risultati nei prossimi anni».

Haier si è presentata ieri al pubblico dell'Ifa di Berlino, la principale rassegna europea dell'elettrodomestico e dell'elettronica di consumo, con una dimensione nuova che fa leva sulla piena complementarità dei tre marchi in portafoglio oggi integrati, Haier, Candy e Hoover, plasticizzata nella ridenominazione del gruppo, ora ribattezzato Haier smart home. Per ogni brand è stata pensata una diversa vocazione e mission, dall'entry level di Candy (l'"easy way", con quel tocco di italianità che non guasta) fino alle soluzioni premium di Haier. Tutti i prodotti condividono però l'approccio all'IoT (Internet delle cose) e all'uso intelligente dei big data: se Haier è leader in Cina in questo segmento con il 70,3% delle lavatrici connesse sul mercato, circa 60 milioni, lo è anche in Europa - grazie allo sforzo profuso in ricerca da Candy negli ultimi anni - con una quota del 70% e più di un milione di apparecchi in rete. Contandole tutte, spiegano i tecnici del gruppo, si tratta di 18 famiglie di prodotto connesse e oltre 2mila referenze negli elettrodomestici smart per Haier a livello globale. In fiera, in oltre 400 metri di area espositiva, Haier ha presentato un vero ecosistema IoT, impreziosito dal recente accordo con Amazon che offre, tra le altre cose, la possibilità di sfruttare sistemi di riordino automatico di prodotti consumabili e detergenti. E in questo ambito il know how di Candy non sfigura, lo dimostrano soluzioni come la lavatrice che sceglie il programma "leggendo" le informazioni da una fotografia del bucato via smartphone, o il forno che mantiene in temperatura il cibo che può essere consumato lungo tutta la settimana. «C'è sintonia nella cultura aziendale - spiega Fierling -, e soprattutto c'è

attenzione e rispetto, da parte della casa madre cinese, per la capacità imprenditoriale italiana». Le piattaforme prodotte oggi sono separate ma in futuro il ceo non esclude che i plant sparsi nel mondo possano condividere progetti e sviluppo: «anche ora - spiega - un plant può lavorare su diverse piattaforme prodotte. Quello che conta è trovare la soluzione migliore per i clienti».

Scelte che, sul mercato europeo, sono oggi coordinate da Brugherio, che nei piani e nelle premesse della cessione di Candy ad Haier, è diventato l'hub direzionale dei cinesi sul mercato. «È una location strategica - spiega Yannick Fierling - c'è una cultura industriale molto diffusa sul territorio, stiamo lavorando bene». I sindacati italiani hanno però manifestato nei mesi scorsi qualche preoccupazione sul nuovo assetto dello stabilimento, a valle della presentazione del piano industriale che prevede l'aumento della produzione di lavatrici fino a 500mila nel 2021 (oggi si viaggia sotto le 400mila), ma che comunque non sembra sufficiente a coprire gli eventuali esuberanti oggi coperti da una cassa integrazione destinata a scadere nelle prossime settimane. Con il nuovo Governo forse c'è la possibilità di rimettere le pedine in campo e tornare a discutere, «abbiamo spiegato il nostro progetto nei mesi scorsi - spiega Fierling -, ne discuteremo ancora, qualunque supporto sarà sicuramente d'aiuto».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

