

Ghenos Communication press report

SABAF[®]

TECHNOLOGY AND SAFETY

210

ANNO 36 OTTOBRE / NOVEMBRE 2011

ambiente **cucina**



TREND LIVING STYLE

SPECIALE

DETTAGLI DI ECCELLENZA
DETAILS OF EXCELLENCE

LAVELLI IN EVOLUZIONE SINKS IN EVOLUTION

SABAF

ESPORTARE CULTURA

Alberto Bartoli,
nuovo ad Sabaf.



Da maggio 2012, **Alberto Bartoli** è il nuovo ad di Sabaf, l'azienda bresciana che è tra i maggiori produttori mondiali di componenti per apparecchi domestici per la cottura a gas. Una impresa radicata nel territorio che, però, realizza oltre il 50% del proprio fatturato sui mercati Internazionali e come tale costituisce un esclusivo osservatorio sul mercato dell'elettrodomestico e della cottura in particolare. Un'area che sta subendo in generale una contrazione significativa in Italia e in Europa, ma che cresce sui nuovi mercati extra europei. Alberto Bartoli, da 18 anni in azienda, risponde ad alcune domande per spiegare quali saranno le prossime sfide e quale può essere il ruolo di Sabaf nella competizione globale.

Quali sono per Sabaf i dati di bilancio del primo semestre 2012?

Nel corso del primo semestre del 2012 il Gruppo Sabaf ha conseguito ricavi pari a 69,7 milioni di euro, in flessione del 10% rispetto ai 77,5 milioni di euro del corrispondente periodo dell'anno precedente. I risultati del semestre sono stati condizionati dalla debolezza della domanda europea di apparecchi di cottura: le vendite complessive nelle tre aree Italia, Europa Occidentale ed Europa Orientale si sono attestate a 46,1 milioni di euro, il 19,5% in meno rispetto ai 57,3 milioni di euro del primo semestre 2011. A bilanciare in parte la flessione di quest'area ci sono i buoni risultati ottenuti sui mercati extraeuropei che registrano vendite per 23,6 milioni di euro nel primo semestre, con una crescita del 17% rispetto all'analogo periodo 2011.

Quali sono le strategie per continuare a crescere nel mercato globale?

È evidente che una possibile inversione di tendenza passa necessariamente attraverso l'ulteriore sviluppo del fatturato nei paesi in crescita. Siamo presenti con uno stabilimento in Brasile da dieci anni e ne abbiamo appena inaugurato uno nuovo in Turchia e questo rappresenta sicuramente un vantaggio per operare da leader in quei mercati che sono in espansione. Nel frattempo ci siamo strutturati sia per essere più vicini ai nostri clienti storici che hanno delocalizzato in modo consistente la loro produzione sia per presidiare grandi bacini come l'India e la Cina.

La strada della delocalizzazione produttiva è l'unica possibile?

L'arma vincente e distintiva per competere sui mercati rimane ancora la

nostra capacità di innovare che, per Sabaf, è il frutto di investimenti importanti, stiamo parlando del 10% del fatturato, nonché di una sinergia virtuosa che si crea tra il centro ricerca e la fabbrica. Nonostante il sistema Paese non sia di supporto alla manifattura, ma al contrario la renda meno competitiva, l'evoluzione tecnologica è innegabilmente legata al processo produttivo. In Italia e con macchinari italiani. Sicuramente, invece, dobbiamo delocalizzare il più possibile la nostra clientela e seguire il corso della domanda.

Sabaf ha da tempo intrapreso la via virtuosa della sicurezza, della sostenibilità e della personalizzazione. Quanto è premiante oggi la vostra ricerca?

La qualità che offriamo ha un carattere distintivo, come ho già detto, ma è anche una interessante opportunità per creare maggiore cultura nel mondo e

diffondere quei principi di sicurezza e sostenibilità che iniziano ad essere presi in considerazione ovunque. Non a caso anche il piano quinquennale cinese ha espresso attenzione ai temi della sostenibilità. Per quanto riguarda la personalizzazione, è sicuramente una caratteristica che ci ha sempre contraddistinto, ma oggi è meno spinta perché è più forte l'attenzione al prezzo.

A proposito di sostenibilità, quali sono oggi gli argomenti a favore del bruciatore a gas nei confronti di altri metodi di cottura?

Il tema della cottura elettrica nasce nei paesi che hanno un surplus di energia ma le dinamiche internazionali di sviluppo sono tutte a favore del gas e, in generale, lo spazio per la cottura a induzione è riservato all'alto di gamma. A partire dall'Italia, in cui il gas non crea problemi di assorbimento e ha costi inferiori, anche ambientali. Anche grazie alle nuove generazioni di bruciatori Sabaf, che garantiscono un rendimento ottimale.

➤ www.sabaf.it

INCARICA



ELICA

Il Consiglio di Amministrazione di Elica S.p.A ha nominato **Giuseppe Porucchetti** nuovo amministratore delegato.

La nomina è avvenuta in seguito

alle dimissioni di Andrea Sasso dal ruolo di Chief Executive Officer. Porucchetti, 54 anni, laureato in Economia aziendale presso l'Università Bicconi di Milano, ha un'approfondita conoscenza del settore degli elettrodomestici avendo ricoperto in passato posizioni di crescente responsabilità in Philips, Ignis e Whirlpool Europe. Da agosto del 2011 è Consigliere indipendente di Elica.

➤ www.elica.it



GROHE

Andrea Martelli ha assunto l'incarico di Trade Marketing Manager Grohe - Settore beni di consumo presso Grohe SpA, filiale italiana dell'azienda produttrice di rubinetteria.

Martelli (36 anni, laureato in Economia e Commercio, dal 2011 in Grohe con la qualifica di Communication Manager), con la nuova nomina acquisisce la responsabilità del posizionamento del brand sul mercato e sui canali distributivi di riferimento. Sovrintenderà, inoltre, allo sviluppo e alla gestione delle attività rivolte a clienti e consumatori finali e al monitoraggio dei risultati delle attività promozionali.

➤ www.grohe.it

ELECTROLUX

Luigi Campello, Direttore Generale di Electrolux Italia, lascia il Gruppo. **Alberto Zanata**, CEO & President di Electrolux Professional è stato anche nominato Direttore e Presidente di Electrolux Italia, mentre **Ernesto Ferrario**, Senior Vice President delle attività industriali del settore elettrodomestici europeo e capo globale delle attività del settore cottura, acquisirà ulteriori responsabilità come Direttore di Electrolux Italia.

➤ www.electrolux.it