

# ha household appliances

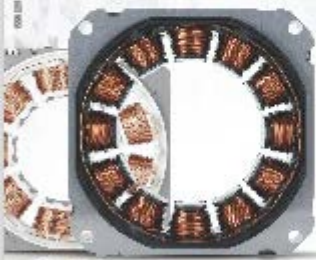
parts & components

www.householdappliancesworld.com



ATOP is a leading manufacturer of **machines and automatic lines** for the production of electric motors, and develops **tailored technology** for manufacturing highly efficient **brushless motors** for household appliances.

000 100 100 - Assistenza Clienti e Clienti - Via Bolognese 1000 - 41013 Carpi (MO) - Tel. 059 7000000



Winding Technology  
and Flexible Manufacturing



ATOP S.p.A.  
info@atop.it - www.atopending.com

6

TECHNOLOGIES SEALING AND SHIELDING MATERIALS FOR MIXERS  
FOCUS MARKET THE OPPORTUNITIES IN INDIA AND SRI LANKA  
DESIGN A COFFEE MACHINE DISPLAYING THE INTERNAL COMPONENTS  
ELECTRIC MOTOR TECHNOLOGY FOR THE HEART OF HOUSEHOLD APPLIANCES

  
tecniche nuove  
www.tecnichenuove.com



**Many media, a single protagonist: the household appliance**

Paper and digital magazines, newsletters, web sites and social channels: the Integrated Instruments of Tecniche Nuove Group dedicated to the household appliance sector inform all professionals of the chain, from components to design, from production to sale, up to including the finished product maintenance.

**ATOP**  
 STRADA SANT'APPOLINO 8/A  
 08021 SASSOPANNO WL D ELSA (SI)  
 Tel. 0577 65860 771  
 Fax 0577 65860 7001  
 www.atopind.com

- INSIDE THE PRODUCT**
- 34 Double motor, double motion**  
 Doppio motore, doppio movimento  
 Mera Die Winge
- 36 Hardness under control**  
 Durezza sotto controllo  
 Anima Lansen

- DESIGN**
- 38 Highlights on components**  
 Componenti in primo piano  
 Oliva Rabiti



- SPECIAL**
- 43 Electric motor**  
 Il motore elettrico

- MANAGEMENT**
- 80 A global scale development**  
 Uno sviluppo a livello globale  
 editorial staff

- FOCUS MARKET**
- 82 The opportunities in India and Sri Lanka**  
 Le opportunità in India e Sri Lanka  
 Oliva Rabiti

- 88 The growth of Germany goes on**  
 La crescita della Germania continua  
 Benko Schierl

- 92 Printed circuits & co.**  
 Circuiti stampati e co.  
 Benko Schierl

- COMPANIES**
- 94 The growth directions**  
 Le direzioni della crescita  
 Anna Caborello

43

94

82



36





## The growth directions

SPPF e

The managing director of Sabaf, Pietro Iotti, traces the guidelines of the immediate future of the company and identifies the branches where it will operate to reach the target of the turnover doubling in the next five years: product innovation, focus on rising markets and strategic takeovers.

Last March, on the occasion of the 2018 edition of the Star Conference in Milan, the networking meeting among investors coming from all over the world, Sabaf communicated its industrial plan from now until 2022.

A programme that, backed by the success achieved in 2017, with revenues exceeding 190 million Euros and a growth approaching 15%, sets the ambitious target of doubling the turnover in the next five years. Since last September, CEO of the company has been Pietro Iotti, engineer, who was previously appointed with important managerial roles by Smeg and Technogym and was president and managing director of Interpump Hydraulics Spa. Precisely from this last professional experience he has derived his competence in the takeover sector, of which he perfectly knows the dynamics. He is in fact applying them in Sabaf, too: takeovers are a very important item for the growth strategy established by the five-year plan. We have asked Pietro Iotti to describe us more in detail the steps provided for by the plan.

**You have joined Sabaf in a time of great success and excellent results. How would you define the company?**

I knew Sabaf from my previous professional experience at Smeg, since it was – and still is – its supplier, already at that time, when I knew it as a customer. I deemed it a very fine company. When I started working in Sabaf, I certainly found a state-of-the-art company in the technological innovation, strong, sound from the economic point of view, innovative in both product and process ambit, thanks to the investments decided in the

## Le direzioni della crescita

Amministratore delegato di Sabaf, Pietro Iotti, traccia le linee guida dell'immediato futuro dell'azienda e identifica i filoni nei quali si muoverà per raggiungere l'obiettivo del raddoppio del fatturato nei prossimi cinque anni: innovazione di prodotto, attenzione ai mercati emergenti, acquisizioni strategiche.

Lo scorso marzo, in occasione dell'edizione 2018 della Star Conference di Milano, l'appuntamento di networking tra investitori provenienti da tutto il mondo, Sabaf ha reso noto il suo piano industriale da qui al 2022. Un piano che, forte del successo registrato nel 2017, con ricavi oltre i 190 milioni di euro e una crescita vicina al 15%, si pone l'ambizioso obiettivo del raddoppio di fatturato nei prossimi cinque anni. Dallo scorso settembre CEO dell'azienda è Pietro Iotti, ingegnere, che ha precedentemente avuto importanti incarichi direzionali in Smeg e Technogym ed è stato presidente e amministratore delegato di Interpump Hydraulics Spa. Proprio da questo ultimo esperienza professionale ha portato con sé la propria competenza nel settore delle acquisizioni, di cui conosce bene le dinamiche. Le sta applicando infatti anche in Sabaf, per le strategie di crescita previste dal piano quinquennale: le acquisizioni sono una voce molto importante. Abbiamo chiesto a Pietro Iotti di raccontarci più nel dettaglio gli step previsti dal piano.

**È arrivato in Sabaf in un momento di grande successo e ottimi risultati. Come definirebbe l'azienda?**

Conoscevo Sabaf dalla mia precedente esperienza professionale in Smeg, in quanto ne era – e ne è tuttora – fornitore; già allora, quando la conoscevo da cliente, la consideravo una bellissima azienda. Al mio ingresso in Sabaf ho trovato un'azienda sicuramente allo stato dell'arte dell'innovazione tecnologica, forte, sana dal punto di vista economico, innovativa in ambito sia di prodotto che di processo, grazie agli investimenti deliberati negli ultimi anni che si aggirano intorno al 10-15% del fatturato. Ogni anno sono state



Serie S

last years that amount to about 8-10% of the turnover. Every year they have invested huge amounts in automation, product innovation, process robotics and all this has allowed Sabaf to maintain a leader level of competitiveness and forefront in technologies indeed.

#### What are the strategies you are going to accomplish?

We intend to pursue for Sabaf both an organic growth strategy - with relevant developments in the lines of traditional products like burners, taps and hinges - and an inorganic one, through a policy of takeovers of other companies.

#### What will be the branches for the product research and what the resources that the company will allocate?

The research and the development of new products are concentrated in Opitaletto headquarters; concerning burners, we are working at the improvement of performances, of the combustion efficiency and of user-friendly cleaning; in the field of taps, the research is oriented to the flame regulation precision; we are continuing researches also for hinges and professional burners, both intercepting market demands and trying to anticipate them. This activity will be supported by investments ranging from 80 to 90 million Euros in the next five years, corresponding to about 8% of the yearly turnover. Increments of the

productive capacity will occur in strategic Countries as well, as further steps forward in the courses of production automation and integration in compliance with Industry 4.0.

#### What are the strategic Countries for Sabaf?

Geographically, we expect a growth worldwide. Sabaf traditionally achieves about 60% of its turnover in Europe but we think that there are broad growth prospects in markets outside Europe, in North America, South America, India and China. They are Countries where we already operate but where we believe that our market shares can remarkably increase. We rely on organizational and action plans, contacts with customers and concrete projects on which to develop our growth. We are also working at agreements with important players - such as the one signed with the Indian TTK Prestige last year - to enter traditionally less strong markets that today, however, are growing significantly, also with double-figure rises. We will work at the growth of South East Asia markets, and also Middle East is sending some positive signs, for instance in Egypt and Iran. Currently, Opitaletto premises are the base for the production of taps, the sites in Turkey and Brazil

investire cifre importanti in automazione, innovazione di prodotto, robotizzazione dei processi, e tutto ciò ha permesso a Sabaf di mantenere un livello di competitività e di avanguardia nelle tecnologie decisamente da leader.

#### Quali sono le strategie che intendete mettere in atto?

Quelle che ci proponiamo per Sabaf è una strategia di crescita sia organica - con sviluppi importanti sulle linee dei prodotti tradizionali come bruciatori, rubinetti e cerniere - che inorganica, attraverso una politica di acquisizione di altre aziende.

#### Quali saranno i focus per la ricerca di prodotto e quali le risorse che l'azienda stanzierà?

La ricerca e lo sviluppo per nuovi prodotti è concentrata nella sede di Opitaletto; per i bruciatori si sta lavorando ad miglioramento delle prestazioni, l'efficienza delle combustioni e sulla facilità di pulizia;

nel campo dei rubinetti la ricerca è indirizzata sulla precisione nella regolazione della fiamma; stiamo parlando avanti ricerca anche per le cerniere e per i bruciatori professionali, sia intercettando le richieste del mercato che cercando di anticiparle. Quest'attività sarà sostenuta da investimenti compresi tra gli 80 e i 90 milioni di euro nei prossimi cinque anni, corrispondenti a circa l'8% del fatturato annuo. Ci saranno incrementi di capacità produttiva nei Paesi strategici e ulteriori passi avanti nei percorsi di automazione e integrazione delle produzioni in officine Industria 4.0.

#### Quali sono i Paesi strategici per Sabaf?

A livello geografico siamo aperti a una crescita in tutto il mondo. Sabaf tradizionalmente realizza circa il 60% del proprio fatturato in Europa ma riteniamo che ci siano ottimi spazi di crescita in mercati fuori dall'Europa, in Nord America, Sud America, India e Cina. Sono Paesi in cui siamo già presenti, ma nei quali riteniamo che le nostre quote di mercato possano crescere in maniera significativa. Abbiamo dei piani organizzativi e d'azione, contatti con clienti e progetti concreti su cui sviluppare una crescita. Stiamo lavorando anche ad accordi con importanti player - come quello siglato con l'indiana TTK Prestige lo scorso anno - per



Pietro Iorio, managing director of Sabaf

Hobby, result of the cooperation of Sabaf and TTK Prestige.



## THE FORCE OF QUALITY

Set up in the early Fifties, Sabaf is specialized in the ambit of stove components and gas cooking appliances. The production consists of four main lines: taps, thermostats and burners for gas cooking appliances and hinges for ovens, washing machines and dishwashers. The technological know-how, the manufacturing flexibility and the capability of offering a wide range of components - designed also according to the requirements of the single producers of stoves, hobs and built-in ovens and in conformity with the specific characteristics of the various reference markets - represent fundamental highlights of Sabaf in a sector characterized by a strong specialization, where the

demand is constantly evolving and increasingly oriented to products that assure absolute reliability and safety.

Sabaf Group employs about 800 workers and it operates with the Parent Company Sabaf S.p.A. and with the subsidiaries Sabaf Brazil, Sabaf Turkey, Sabaf China, Faringosi Hinges S.r.l., specialized in the production of hinges for ovens and dishwashers, and A.R.C. S.r.l., specialized in the production of burners for professional restaurants and catering. Sabaf has been listed at the Italian Stock Exchange market since March 24th and, since April 2001, it has joined STAR, the Strict Requirement Equity Market.



for burners and there is a small unit in China in start-up phase. Our projects include the enhancement of the Chinese branch and a higher growth in the United States: we are evaluating the establishment of a factory in that area, also depending on the agreements with our American customers. In the arc of five years, the company intends to invest hugely in these plans.

#### Concerning takeovers, what kind of companies are you analyzing?

We are observing the world of household appliance components but also neighbouring professional sectors that use gas; therefore, the professional cooking components, also electronic, for household appliances and components for the domestic heating. We do not exclude anything, it is essential they are synergistic companies with us by technical or commercial relevance. The recent takeover of Arc, which produces professional burners, is an example of the type of operation we are interested in: growing through the takeover of sound companies, also in niches with different volumes, which can be small as well, but with satisfactory margins.

Sabaf sites in Italy, Brazil, China and Turkey.

We have organized a M&A team inside the company entrusted with scouting operations on a world scale and there are already various dossiers on our desk that we are examining: M&A experts teach that, to succeed in accomplishing a takeover, it is necessary to analyse at least 30 of them.

We are lavishing an important commitment in terms of time and energy in this activity and we expect to give a significant contribution to the growth through M&A in the course of next years. Our idea is taking over companies whose size can range from 5 to 70 millions of turnover, with already good margins, we do not judge it is opportune to take over companies needing shake-up because we do not want to dilute our margins.

In other words, companies that are excellent and managed by skillful conductors: our intention is to establish some agreements according to which they can go on - yielding the majority of the shares - managing the company

entrate in mercati tradizionalmente meno forti ma che oggi stanno conoscendo in maniera importante, anche a doppio cifra. Lavoreremo sulla crescita in mercati del sud est asiatico, e anche il Medio Oriente sta dando qualche segnale buono, per esempio in Egitto e in Iran. A oggi la sede di Singapore è la base per la produzione dei rubinetti, quelle in Turchia e Brasile per i bruciatori, e c'è una piccola unità in Cina in fase di startup. Tra i progetti c'è quello di potenziare l'unità cinese e di crescere di più negli Stati Uniti: stiamo valutando anche l'apertura di una fabbrica in quella zona, in funzione anche degli accordi con i nostri clienti americani. Sono piani su cui l'azienda, nell'arco del quinquennio, è disposta a investire in maniera importante.

#### Per quanto riguarda le acquisizioni quali tipi di aziende state osservando?

Guardiamo al mondo della componentistica per elettrodomestici ma anche di settori professionali: bruciatori in cui si utilizza il gas, quindi la cucina professionale, le componentistiche, anche elettronica, per elettrodomestici e la componentistica per il riscaldamento domestico.

Non ci predileghiamo nulla, l'importante è che siano aziende strategiche con noi per utilissima tecnica o commerciale. La recente acquisizione di Arc, che produce bruciatori professionali, è un esempio del tipo di operazione che ci interessa: crescere grazie all'acquisizione di aziende sane, anche in nicchie con volumi diversi, che possono essere anche «skeltoni», ma con marginalità che passano dalle 30000000.

Abbiamo attivato un team M&A all'interno dell'azienda che ha l'incarico di fare scouting a livello mondiale e ci sono già sul tavolo diversi dossieri che stiamo esaminando: chi fa M&A bisogna che per arrivare a concludere un'acquisizione deve analizzare almeno 30. Si tratta di un'attività a cui si stanno dedicando con un importante impiego di tempo e energia e contiamo nei prossimi anni di dare un apporto significativo alla crescita tramite M&A.

L'idea è acquisire aziende il cui fatturato può andare dai 5 ai 70 milioni di fatturato, con delle marginalità già buone; non riteniamo opportuno acquisire aziende da ristrutturare perché non vogliamo diluire le nostre marginalità. Aziende che lavorano bene eccellenti, con dei conduttori

## LA FORZA DELLA QUALITÀ

Fondata nei primi anni '50, Sabaf è specializzata nell'ambito dei componenti per cucine e apparecchi domotici per la cottura a gas. La produzione si articola su quattro linee principali: rubinetti, termovalvole e bruciatori per apparecchi per la cottura a gas e cerniere per forni, lavastoviglie e lavavivande. È know-how tecnologico, la flessibilità produttiva e la capacità di offrire una vasta gamma di componenti - progettati anche in base alle necessità delle singole aree produttive di cucina, di piani e di linee da incasso, e in linea con le caratteristiche specifiche dei diversi mercati di riferimento - rappresentano fondamentali punti di forza di Sabaf in un settore a forte specializzazione in cui la domanda è in continua evoluzione e

sempre più orientata verso prodotti che garantiscono assoluta affidabilità e sicurezza.

Il Gruppo Sabaf impiega circa 800 dipendenti ed è attivo con la Capogruppo Sabaf S.p.A. e con le controllate Sabaf Brazil, Sabaf Turchia, Sabaf China, Fanning Hingco S.r.l., specializzata nella produzione di cerniere per forni e lavastoviglie e A.R.C. S.r.l., specializzata nella produzione di bruciatori per la cottura professionale ed il catering. Sabaf è quotata sul mercato di Borsa Italiana dal 24 marzo 1998 e dal aprile 2001 è entrata a far parte del Segmento Titoli con Alt. Requisiti (STAR).



for a lapse of time of two-three years, to attain the softest possible integration. The example of Arc is pertinent: gradual takeover, with earn-out clause and option of put and call, so that both parties can decide whether to finalize the purchase in the last tranche, perhaps binding the takeover outcome to the results reached in the last two years.

#### Sabaf has always been highly aware of the sustainability theme.

It is one of its strengths. Sabaf has drawn up the Social Balance for years, has always paid utmost attention to the training of its collaborators, to the work safety and to the environment. The growth is oriented towards this direction: we aim at going on being a modern forefront company, with a commitment on the territory anchored to its history and to its historical values, with which I fully identify myself.

#### What is Sabaf's trend at the Stock Exchange?

The stock market title has lived a year of great appreciation, mirroring the company's positive trend; I believe that today

shareholders can be satisfied and we expect in the next five years an important benefit, deriving from the implementation of our plans, for shareholders, too.

#### Gas versus induction:

##### what is the state-of-the-art?

I think that induction will erode the market share of the conventional electric but only partially the gas one.

Due to a numerical matter, too: Europe and the United States have 700 million inhabitants, China and India together reach about three billions. We expect gas market rises from the growth of these two Countries and from the evolution of cooking systems. The same concept is true for South America, too.

However, induction certainly is not a fashion and nowadays it has become a commodity. Ten years ago, it was expensive and was less safe; in the last decade, it has become more competitive in terms of both price and of control, becoming much more affordable for a large range of consumers. On the contrary, great chefs still prefer the gas cooking and the flame to grant the quality of their dishes.

bravi) l'intenzione è quella di strappare degli accordi perché continuo, cedendo la maggioranza, a gestire l'azienda per un lasso di tempo al dia, tre anni in modo da arrivare ad un'integrazione che sia il più soft possibile. L'esempio di Arc è pertinente: acquisizione graduale, con clausola di earn-out e opzione di put e call per poter decidere, da entrambe le parti, se finalizzare l'acquisto nell'ultima tranche, magari vincolando l'esito dell'operazione ai risultati degli ultimi due anni.

#### Sabaf ha sempre avuto una grande sensibilità per la sostenibilità.

È uno dei suoi punti di forza. Sabaf tratta da anni il Bilancio Sociale, presta da sempre molta attenzione alla formazione dei suoi collaboratori, allo sicurezza sul lavoro, all'ambiente. Le crescite e in questa direzione: miriamo a continuare a essere un'azienda moderna, all'avanguardia, impegnata sul territorio, ancorata alla sua storia e ai suoi valori etici, nei quali mi identifichiamo pienamente.

#### Qual è l'andamento di Sabaf in Borsa?

Il titolo ha vissuto un anno di grande apprezzamento, riflettendo

l'andamento positivo dell'azienda; credo che oggi gli azionisti possono essere soddisfatti e ci aspettiamo nei prossimi cinque anni e dalle realizzazioni dei nostri piani un beneficio importante anche per gli azionisti.

#### Gas versus induzione: o che punto siamo?

Credo che l'induzione sia destinata a erodere la quota di mercato dell'elettrico tradizionale, ma solo in parte quella del gas. Anche per una questione numerica: l'Europa e gli Stati Uniti hanno 700 milioni di abitanti, Cina e India insieme sono 3 miliardi. Dalla crescita di questi due Paesi, e dall'evoluzione dei sistemi di cottura, ci aspettiamo crescita di mercato del gas. La stessa dinamica vale anche per il Sud America. Sicuramente però l'induzione non è una moda, ed è ormai diventata una commodity. Dieci anni fa costava molto ed era meno sicura; nell'ultimo decennio è diventata più competitiva sia a livello di prezzo che di controllo, diventando molto più abbordabile per un'ampia fascia di consumatori. Di contro, i grandi chef continuano a preferire, per garantire la qualità dei loro piatti, la cottura a gas e la fiamma.