

Arcelik punta sul marchio tedesco Bloomberg

Turchi ed egiziani protagonisti del settore

MONACO

Dalla sede mondiale di Gfk, la prima società di rilevazione dati dei mercati di elettronica di consumo ed elettrodomestici, i relatori della terza Global Domestic Appliances Conference (che si apre oggi a Monaco) hanno fatto ieri il punto su alcuni trend. Il nucleo forte del mercato del bianco, spiegano gli analisti, è ancora il lavaggio che vale il 42%

INTERESSE DAL CAIRO

Universal compra tecnologia italiana: per tre anni contratto da 20 milioni con Sabaf sulle componenti per la cottura

circa in valore, contro il 29,3 del freddo e il 28,6% della cottura. E questo favorisce l'Italia che da sola è il primo produttore europeo del bianco. In Russia invece anche se il clima freddo non lo richiederebbe, i frigo valgono il 41%, quasi tutti apparecchi "importanti", No frost, accessoriati, in grado di comunicare ricchezza e status symbol. E qui gli italiani si

scontrano con l'aggressività non solo dei coreani ma anche dei turchi presenti con fabbriche e con acquisizioni di vecchi marchi dell'era sovietica. E presto anche degli egiziani.

Nel ricco segmento degli elettrodomestici di design adesso vogliono inserirsi nuovi competitor. Per primi a battearsi sui mercati italiano ed europeo i turchi, che hanno dovuto subire i tagli continui dei prezzi dei loro frigo, delle loro lavatrici, delle loro cucine a libera installazione, comprati e usati da tutta la distribuzione europea per fare promozioni, volantini selvaggi e sottocosto. Frigo di classe A+ made in Turchia messi sui volantini a 100 euro, lavatrici sempre turche a di classe A a 120 euro: solo di trasporto si tratta di "botte" che tagliano un terzo dei guadagni. Anzi, i guadagni non ci sono più. I turchi del n.1 turco Arce-lik hanno annunciato di entrare nel segmento dell'incasso e del lusso con 80 nuovi apparecchi ma marchio Bloomberg. Che in Europa conta poco ma che in Usa è uno dei primi competitor delle multinazionali Usa. Ma gli apparecchi Bloomberg sono tutti fabbricati in

Turchia, sia pure con componenti italiani sofisticati e di qualità. E come ci ha dichiarato Federico Mangiacotti, sales e marketing manager di Arcelik-Italia, con tecnologie avanzate alla pari degli europei. «Vogliamo entro poco tempo arrivare al 2% del mercato italiano, in tre anni e ci riusciremo». La spagnola Fagor che ha acquistato quel che resta del gruppo dei Nocivelli ha preso il prestigioso marchio De Dietrich per la cottura e lo sta lanciando in Italia. E l'egiziano Nader Abu Zaid presidente di Universal a fine mese è in Italia perché intende investire in promozione e pubblicità allo scopo di vendere apparecchi per la cottura di gamma ottima, oltre a Lcd e plasma. Niente a che vedere con elettrodomestici di battaglia. «Perché per vendere sui mercati internazionali ormai si devono dare certificazioni, pass tecnici e garanzie sulla costanza della qualità» dichiara Angelo Bettinzoli amministratore delegato di Sabaf primo produttore europeo e tra i primi tre mondiali di bruciatori, valvole di sicurezza elettronica e componenti per la cottura.

Pa.Gu.