

Un fatturato di 3,71 miliardi di Euro / cambiamenti nella direzione della ditta / dal 2000 il consumo energetico diminuito di quasi un quinto

Miele aumenta il fatturato del 6,4 per cento

Spreitenbach, 15 agosto 2016. – La ditta Miele a conduzione familiare ha nuovamente registrato un netto incremento del fatturato e dell’occupazione. Il produttore di elettrodomestici Premium, all’avanguardia in campo internazionale, nell’anno commerciale 2015/163, terminato il 30 giugno 2016, ha registrato un fatturato di 3,71 miliardi di Euro, in rapporto al precedente anno un aumento di 224 milioni di Euro, pari al 6,4 per cento. Per la prima volta oltre 18.000 collaboratori lavorano alle dipendenze di Miele. Durante questo periodo la ditta ha investito 184 milioni di Euro.

Con questi dati, Miele raggiunge ancora una volta i suoi obiettivi strategici, volti a un incremento costante e sostenibile nonostante la situazione economica instabile. L’attuale crescita è stata conseguita in modo „organico“, vale a dire senza acquisire altri produttori o marchi e senza capitale estraneo. Come nel caso del precedente anno commerciale, il tasso di incremento ha registrato un livello nettamente superiore alla media degli ultimi dieci anni.

La direzione di Miele valuta con maggior attenzione questo successo considerando il fatto che le condizioni quadro internazionali erano tutt’altro che favorevoli, come ad esempio, le conseguenze derivanti dall’inasprimento della situazione nei paesi arabi, in Russia e in Turchia e lo sviluppo dei cambi valutari. Una sfida si è rivelata la politica aggressiva dei prezzi di noti competitori, alla quale il produttore tedesco di apparecchi Premium ha opposto la proverbiale qualità Miele, una politica d’azione consona al marchio e al mercato, sostenuta da modelli di alta qualità con eccellente dotazione e inoltre dal lancio di nuovi apparecchi a prezzo conveniente per i quali si è puntato in primo luogo sul rapporto prezzo-prestazioni. Ancora una volta gli elettrodomestici da incasso hanno contribuito in larga misura all’incremento del fatturato.

Incremento dinamico negli USA, in Australia e in Germania

Miele ha raggiunto in Germania un fatturato di 1,1 miliardi di Euro, pari ad un incremento del 6,9 per cento. Grazie a questo risultato, Miele ha ulteriormente potenziato le sue vendite come marchio più forte nella produzione di elettrodomestici e attualmente è per la prima volta in testa anche nel settore commerciale delle cucine. Oltre i confini della Germania, il fatturato di Miele ha registrato un incremento del 6,3 per cento, con maggior successo negli USA, in Australia, Gran Bretagna e Cina. In Russia il volume delle vendite è stato mantenuto in parità con le previsioni e nella valuta locale, malgrado l'instabilità politica e le flessioni del rublo. Nell'Europa del sud le crescite si sono consolidate malgrado le continue crisi derivanti dai debiti. In rapporto alla crescita superiore alla media registrata in Germania, le vendite sul mercato estero hanno registrato una leggera flessione dal 70,3 al 70,1 per cento.

Miele Professional raggiunge un fatturato di 476 milioni di Euro

Miele Professional, specializzato in apparecchi per lavanderie, lavastoviglie commerciali, apparecchi per le pulizie, la disinfezione e la sterilizzazione per ospedali e laboratori, ha raggiunto complessivamente una cifra d'affari di 476 milioni di Euro con un aumento di 27 milioni di Euro, pari al 6,0 per cento in rapporto al precedente anno. Nel settore medico sono degne di nota le conquiste tecnologiche con nuove serie di modelli, consoni alla filosofia aziendale del produttore, e la completa pianificazione e dotazione di impianti centrali di sterilizzazione per ospedali e cliniche. La percentuale di Miele Professional in rapporto al fatturato totale è del 13 per cento con tendenza in rialzo.

Rete di distribuzione e servizi potenziata

Il 30 giugno 2016, data di riferimento, erano attivi alle dipendenze di Miele 18.370 collaboratori, con un aumento di circa 629 unità pari al 3,5 per cento, che ha interessato principalmente le società di distribuzione negli USA, Canada, Australia, Danimarca, Gran Bretagna e Spagna, e resosi necessario per l'espansione dei punti di vendita e di servizio. Per la grande richiesta registrata dalle lavastoviglie lanciate per la prima volta sul mercato è stato necessario aumentare i dipendenti anche nello stabilimento Uničov.

In Germania, la flessione dei dipendenti presso la Società tedesca per le vendite, che alla data del presente rapporto ha trasferito la sua attività nella sede centrale di Gütersloh, è stata compensata dalle nuove assunzioni nella maggior parte degli stabilimenti. Con 10.326 dipendenti, il livello occupazionale in Germania rimane pressoché invariato in rapporto all'anno precedente (meno 0,2 per cento).

Attualmente, nelle sedi della Miele in Germania, 466 giovani stanno imparando una delle 33 professioni commerciali o tecniche. Il 1° settembre, inizio del nuovo anno di formazione, saranno all'incirca 500. Circa 130 di loro assolveranno uno degli undici corsi combinati che prevedono un apprendistato aziendale e un diploma Bachelor in diversi campi come ingegneria meccanica, elettronica, economia aziendale, scienze economiche o informatica economica.

Il rapporto di sostenibilità di Miele per il 2015 soddisfa pienamente l'alto standard „G4“, l'ultima versione delle linee guida emanate dall'organizzazione competente „Global Reporting Initiative“ (GRI). Tra i punti più importanti figurano l'efficienza energetica dei prodotti Miele per l'intera durata di esercizio, l'importanza della promozione e formazione dei dipendenti e la pianificazione lungimirante della ditta. La stessa valutazione vale pure per la protezione ambientale attuata nelle diverse sedi. Dal 2000, Miele ha ridotto a livello mondiale il consumo di energia del 18,4 per cento, con un incremento del fatturato del 70 per cento.

Sostanziali investimenti nella produzione, vendita e logistica

Nello scorso anno aziendale, il gruppo Miele ha investito complessivamente 184 milioni di Euro, vale a dire 34 milioni di Euro in più dell'anno precedente, pari al 23 per cento. Questo significativo incremento è frutto degli investimenti attuati per sviluppare nuove gamme di modelli, per ampliare o ristrutturare diversi stabilimenti di produzione e per potenziare ulteriormente la sede centrale di Gütersloh per la vendita e la logistica, con peso preponderante per l'ampliamento del centro di distribuzione della merce, della nuova centrale dei pezzi di ricambio e di una nuova ala destinata agli uffici. Miele ha inaugurato o completamente ristrutturato showroom in diverse metropoli, tra cui Pechino, New York, Miami, Johannesburg, Vilnius, Bucarest, Londra e Vancouver.

Previsioni positive per l'anno aziendale 2016/17

Le previsioni della direzione per l'anno commerciale in corso sono ottimistiche ma con un certo riserbo. Tale giudizio tiene conto delle crisi politiche ed economiche in tutto il mondo, che sembrano non attenuarsi, e delle ripercussioni del Brexit sullo sviluppo economico. Nonostante la situazione incerta, Miele si aspetta un ulteriore incremento delle vendite, del numero di apparecchi e delle quote di mercato senza tuttavia quantificarlo in modo dettagliato.

Impulsi per la crescita vengono forniti tra l'altro dai modelli, presentati in anteprima alle fiere durante il periodo in esame, tra cui figurano il piano di cottura ad induzione con TempControl per cuocere e arrostitire alla gradazione corretta oppure la macchina da caffè CM7 con decalcificazione automatica. Alla IFA 2015 gli eleganti frigoriferi a posizionatura libera della serie K 20.000, dotati di sportello scrivibile quale mezzo di comunicazione, hanno esercitato una forza magnetica sui visitatori. Nel caso delle lavastoviglie, i modelli a prezzo conveniente („Active“) hanno contribuito in modo determinante ad acquisire nuovi clienti. Alla sommità della vasta gamma di modelli si è distinta la nuova serie G 6000 EcoFlex grazie alla sua esemplare combinazione di efficienza energetica, breve durata dei programmi e praticità di carico dei cestelli. Alla Eurocucina di Milano, il salone internazionale dei mobili per cucina, Miele ha presentato in anteprima mondiale i suoi elettrodomestici da incasso „ArtLine“, privi di maniglie, con sportelli che si aprono elettricamente toccando l'apposito sensore. Alla IFA 2016 fa la sua comparsa il primo aspirapolvere Miele privo di sacco per la polvere che si distingue per la sua alta potenza d'aspirazione ed eccellente praticità d'uso. Miele, realizzatore del più ampio programma di elettrodomestici collegabili in rete, continua ad ampliare la sua offerta di apparecchi comandabili direttamente a distanza tramite WLAN.

Per più di un decennio, l'ottima reputazione del marchio Miele è comprovata dai risultati dei „best brands“ di Image-Studio, stesi in base alle opinioni di molte migliaia di consumatori e attuati dalla Società per la ricerca di mercato (GfK) e da altri partner. Tra tutte le categorie della competizione, Miele rimane al primo posto con un netto distacco. Nel periodo in esame l'elenco dei vincitori dei test (Stiftung Warentest) è stato aggiornato, ad esempio per le asciugatrici a pompa di calore (TMB 640 WP), le lavastoviglie (G 6200 SCi e SCvi) e le cappe aspiranti. Per queste ultime, in tutte le tre categorie testate, Miele è risultato l'unico vincitore.

Cambiamento nella direzione della ditta

Un cambiamento è subentrato nella direzione della ditta Miele, tradizionalmente formata da cinque direttori con pari diritto di voto. Il nuovo membro (temporaneamente il sesto) dal 1° aprile 2016 è il dott. Stefan Breit, nelle mansioni di direttore sostituto per la tecnica. È il successore designato del dott. Eduard Sailer che alla fine del 2016 va in pensione, dopo quasi 19 anni, coronati da successo, alla direzione della sezione tecnica. Stefan Breit, alle dipendenze di Miele dal 2007, è attualmente responsabile dello stabilimento per la produzione di apparecchi di Gütersloh. Gli altri membri della direzione sono Olaf Bartsch (finanze/amministrazione), il dott. Axel Kniehl (marketing/vendita) e inoltre i comproprietari e direttori dott. Markus Miele e dott. Reinhard Zinkann, rappresentanti delle due famiglie proprietarie.

La ditta Miele: Miele è all'avanguardia in tutto il mondo per la fabbricazione di elettrodomestici Premium per la casa, la cucina e la lavanderia: forni convenzionali e a vapore, frigoriferi, congelatori, macchine da caffè, lavastoviglie, lavatrici, asciugatrici e aspirapolvere. La ditta è inoltre specializzata in apparecchi industriali: lavastoviglie, lavatrici, asciugatrici e per apparecchiature specifiche per strutture mediche e laboratori per la pulizia e la disinfezione („Miele Professional“). Fondata nel 1899, la ditta Miele è attualmente presente in quasi 100 nazioni con proprie società di distribuzione o d'importazione. Nella ditta a conduzione familiare da quattro generazioni sono attivi in tutto il mondo oltre 17.660 dipendenti. Presso la Miele Svizzera sono impiegati circa 420 collaboratori.

Contatto stampa:

Nina Cornelius

Telefono: +41 56 417 2520

E-Mail: nina.cornelius@miele.ch

Foto 1:

La direzione di Miele (da sinistra a destra):

Dott. Eduard Sailer (direttore sezione tecnica),

Dott. Stefan Breit (direttore sostituto sezione tecnica),

Dott. Reinhard Zinkann (comproprietario e direttore),

Olaf Bartsch (direttore finanze e amministrazione),

Dott. Markus Miele (comproprietario e direttore) e

Dott. Axel Kniehl (direttore marketing e vendita).

(Foto: Miele)