

Realizzato un fatturato di 3,93 miliardi di euro / cifre record in termini di fatturato, personale e investimenti / consumo energetico e idrico più che dimezzato dal 2000, senza compromettere comfort e risultati

## **Miele registra un aumento del fatturato del 5,9% e oltre 1000 collaboratori in più**

**L'azienda a conduzione familiare Miele ha incrementato ulteriormente la propria crescita a livello globale. Nell'anno commerciale 2016/2017, terminato il 30 giugno 2017, l'azienda leader mondiale nella fabbricazione di elettrodomestici Premium ha registrato un fatturato pari a 3,93 miliardi di euro, che corrisponde a una crescita di 218 milioni o del 5,9% rispetto all'esercizio precedente. Sono stati soprattutto gli apparecchi da incasso e gli aspirapolvere a registrare risultati stupefacenti. Tra gli eventi principali di questo anno ricordiamo l'acquisizione della maggioranza dell'azienda italiana Steelco, specializzata in tecnologia medica, oltre alla nascita di Miele Venture Capital GmbH e del nuovo segmento commerciale "Smart Home". Attualmente circa 19.500 persone lavorano alle dipendenze di Miele. Nel periodo preso in esame l'azienda ha investito 225 milioni di euro.**

La Direzione del Gruppo Miele definisce l'aumento di fatturato "molto soddisfacente". Per la terza volta consecutiva, la crescita ha ampiamente oltrepassato la media degli ultimi dieci anni, nonostante le condizioni difficili riscontrate in mercati importanti come la Russia, la Turchia oppure la Gran Bretagna (in questo caso legate al tasso di cambio). Inoltre, la pressione sui prezzi non ha smesso di crescere in quasi tutte le categorie di prodotti e i mercati rilevanti.

Per giustificare la sua posizione di leader, ai prezzi estremamente competitivi degli altri produttori la storica azienda di Gütersloh oppone qualità e innovazione, ad esempio mediante modelli all'avanguardia di altissimo livello che presentano funzionalità esclusive che solo Miele sa offrire. Al contempo, anche gli apparecchi nella gamma di base e in promozione sono arricchiti da migliorie in termini di prestazione e di comfort, riuscendo in alcuni casi a coprire nuove fasce di prezzo. Questo è da ricondurre al costante consolidamento del posizionamento della marca a livello mondiale, sia nel

commercio online sia stazionario, il quale fornisce un ulteriore slancio agli affari in un numero sempre maggiore di mercati.

Di conseguenza, la Direzione di Miele prevede anche per il prossimo anno commerciale un sensibile aumento sia in termini di fatturato sia di quantità vendute. Tali aspettative poggiano su un portafoglio prodotti molto interessante, su un sistema di commercializzazione ben strutturato e sulle prospettive di mercato fundamentalmente positive per la Germania, l'Europa e il mondo intero.

### **Crescita notevole in Germania, Stati Uniti, Australia, Canada e Asia**

In Germania Miele ha registrato un fatturato di 1,18 miliardi di euro, pari a una crescita del 6,8%. Nel Paese d'origine Miele è leader incontrastato ed è il marchio numero uno nel commercio specializzato di grandi elettrodomestici. Oltre alla Germania, vanno sottolineati anche i risultati raggiunti negli Stati Uniti, in Canada, in Austria e in diversi mercati asiatici. Miele è riuscita inoltre a incrementare sensibilmente i propri affari in Gran Bretagna (nella valuta nazionale), nonostante gli effetti piuttosto negativi sulla moneta legati alla Brexit. Nel sud dell'Europa abbiamo assistito a una notevole ripresa di Italia e Spagna. La quota di fatturato ottenuta fuori dai confini tedeschi si è mantenuta praticamente invariata al 70% (rispetto al 70,1% dell'esercizio precedente).

Se si osserva l'andamento delle singole categorie di prodotti, nell'esercizio trascorso si è confermato il successo della lavastoviglie Miele, che ha raggiunto ormai un aumento delle vendite di quasi il 40% nell'arco di tre anni. Per quanto riguarda la pulizia dei pavimenti, il Blizzard CX1, il primo aspirapolvere Miele senza sacchetto, è stato lanciato sul mercato con successo dopo la presentazione in occasione della fiera IFA 2016. Per la prima volta Miele ha venduto oltre 2,5 milioni di aspirapolvere in un solo anno commerciale, affermandosi ancora una volta come leader europeo del settore (aspirapolvere a traino con o senza sacchetto, sia in termini di fatturato sia di quantità vendute).

Grazie alla linea di apparecchi da incasso senza maniglie ArtLine, con apertura automatica azionabile con un semplice tocco, Miele ha completato la sua offerta di cucine ultramoderne con superfici a filo. Nel campo della cura della biancheria, la lava-asciuga WT1 ha definito nuovi standard grazie a un ciclo di durata inferiore a tre ore, il sistema TwinDos di dosaggio automatico e, infine, un aumento delle vendite del 40%.

### **Smart Home: nuovo segmento commerciale, nuova affiliata, nuova cooperazione**

Nel settore degli elettrodomestici collegati in rete, Miele, da anni all'avanguardia, ha compiuto passi importanti anche nell'anno commerciale preso in esame: lo scorso autunno infatti ha visto nascere il nuovo segmento commerciale Smart Home, che riunisce in un unico progetto sviluppo, produzione e commercializzazione. Miele supporta inoltre start-up promettenti mediante la nuova affiliata Miele Venture Capital GmbH, persino con forme di partecipazione diretta al capitale. Questa società si occupa principalmente di modelli commerciali, tecnologie e applicazioni per settori quali Smart Home o l'industria 4.0, oltre a tecnologie innovative di fabbricazione e produzione. A gennaio, in occasione della fiera LivingKitchen, l'azienda ha presentato la sua app Miele@mobile, con funzioni avanzate in ambito culinario: grazie all'esclusiva collaborazione con il portale di cucina "Kitchen Stories" è infatti possibile consultare più di 1100 ricette Miele e 200 interessanti tutorial sulla preparazione dei piatti.

### **Steelco entra a far parte del Gruppo Miele**

Il segmento commerciale Miele Professional, che comprende tecnologia per la cura del bucato, lavastoviglie industriali e soluzioni per il settore medicale e i laboratori, nell'anno commerciale trascorso ha raggiunto un fatturato di 484 milioni di euro, registrando così una crescita dell'1,6%, sebbene il confronto con l'esercizio precedente sia influenzato dall'effetto isolato dei prodotti per la cura del bucato. Il ramo delle lavastoviglie industriali, ad esempio, con la sua gamma di prodotti ampiamente rinnovata, è cresciuto di oltre l'8%, così come il settore dell'assistenza. Attualmente si prevede un andamento altrettanto positivo per le lavatrici professionali, grazie ai consumi di corrente e acqua notevolmente ridotti della nuova generazione di apparecchi "Benchmark Plus".

Nel settore medicale, il posizionamento sul mercato ha goduto di un notevole slancio dato dall'acquisizione da parte del Gruppo Miele della rinomata azienda italiana Steelco Group. Per quanto riguarda la ripartizione delle competenze sul mercato, la gestione di progetti per la dotazione delle centrali di sterilizzazione nelle cliniche spetta a Steelco, mentre Miele si concentra principalmente sulla fornitura di ambulatori e laboratori. Nell'ottica di una partnership a lungo termine, Miele ha acquisito la maggioranza di Steelco, che tuttavia continua ad essere gestita come azienda indipendente. L'obiettivo comune è offrire ai clienti un portafoglio prodotti ancora più efficiente e il servizio migliore possibile. Sommando i fatturati attuali, questa nuova alleanza

vale circa 250 milioni di euro, e presenta inoltre un notevole potenziale di crescita. Il nuovo assetto societario per il momento non ha ancora avuto effetti sul fatturato di Miele nell'esercizio preso in esame.

### **Aumento del personale sia in Germania sia all'estero**

Al 30 giugno 2017 Miele contava 19.465 collaboratori. Si tratta di 1095 occupati (ovvero il 6%) in più rispetto all'anno precedente. Il numero di assunzioni è stato particolarmente rilevante nei comparti in cui l'andamento positivo degli affari ha creato una maggiore richiesta di forza lavoro, ossia in diversi stabilimenti e società di distribuzione e assistenza.

La promozione e la formazione dei collaboratori costituiscono aspetti cruciali per l'azienda, come dimostra il rapporto sulla sostenibilità 2017 di Miele, un documento PDF di 250 pagine disponibile online dal 30 giugno ([www.miele.com/nachhaltigkeit](http://www.miele.com/nachhaltigkeit)). Tra i punti principali affrontati nel rapporto vi è l'efficienza energetica dei prodotti Miele lungo l'intero ciclo di vita. In tale ottica Miele, dal 2000 ad oggi, ha più che dimezzato il consumo energetico e idrico dei suoi apparecchi, senza compromettere comfort e risultati. Di pari passo l'azienda lavora per favorire il rispetto dell'ambiente presso le sue sedi; basti pensare che nello stesso arco di tempo le emissioni di CO<sub>2</sub> dovute all'uso dell'energia sono diminuite di oltre il 50%.

### **Investimenti elevati nella produzione e nella distribuzione**

Nell'anno commerciale trascorso il Gruppo Miele ha investito complessivamente 225 milioni di euro, ossia 41 milioni o il 23% in più rispetto all'anno precedente. Quasi i due terzi del totale sono stati destinati alle sedi tedesche, e di questi circa il 60% allo sviluppo di nuovi apparecchi e all'ampliamento, alla ristrutturazione e alla modernizzazione dei processi produttivi. Anche la sede amministrativa, logistica e di distribuzione di Gütersloh è stata ulteriormente rinnovata e ampliata. Ad attirare particolare attenzione è stata la costruzione del primo asilo nido Miele in Germania, che diventerà operativo il 1° marzo 2018. Miele ha poi inaugurato nuovi showroom presso le sedi di Bolzano, Hong Kong, Madrid, Parigi, Spalato e Stoccolma.

Come da programma, la Direzione Miele ha subito un cambio, annunciato da lungo tempo: alla fine del 2016, infatti, dopo 19 anni di onorata carriera come direttore della sezione tecnica, il Dott. Eduard Sailer è andato in pensione. La sua carica è passata al Dott. Stefan Breit, già responsabile dello stabilimento di produzione di Gütersloh. Per facilitare il passaggio di consegne, Breit era già stato nominato direttore (temporaneamente il sesto) nell'aprile 2016. Gli

altri membri della Direzione sono Olaf Bartsch (finanze e amministrazione), il Dott. Axel Kniehl (marketing e vendita), il Dott. Markus Miele e il Dott. Reinhard Zinkann (comproprietari e direttori).

**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 attive in tutto il mondo ben 19'500 persone. Presso la Miele Svizzera sono impiegati circa 430 collaboratori.

**Contatto per i media:**

Barbara Haueter

Telefono: +41 56 417 2540

E-mail: [barbara.haueter@miele.ch](mailto:barbara.haueter@miele.ch)

**In relazione al presente testo è disponibile una foto**

**Foto 1:** La Direzione del Gruppo Miele (da sin.): Dott. Stefan Breit (sezione tecnica), Dott. Markus Miele (comproprietario e direttore), Olaf Bartsch (finanze e amministrazione), Dott. Reinhard Zinkann (comproprietario e direttore), Dr. Axel Kniehl (marketing e vendita). (Immagine: Miele)

[www.miele.ch/de/m/presse-mitteilungen](http://www.miele.ch/de/m/presse-mitteilungen)