

La grande ascesa dei turchi di Beko

■ Produttori turchi all'attacco della vecchia Europa. Il gigante degli elettrodomestici Arçelik ha chiuso il 2012 con un balzo dei ricavi del 25% a 10,55 miliardi di lire turche. In euro sono 4,49 miliardi di euro contro, per esempio, i 2,9 miliardi di Indesit company i cui ricavi sono cresciuti del 2%.

Il gruppo Arçelik produce lavatrici, frigoriferi, lavastoviglie, forni, forni a microonde, piani cottura e aspirapolvere con 10 marchi diversi tra cui Beko, Grundig, e Blomberg. La società

ha un Mol del 9,6% e per il 2013 punta a incrementare l'export intorno al 10%. Complessivamente nel 2012 il gruppo ha esportato il 60% della produzio-

ne: per 31 miliardi di lire turche in Europa occidentale e per 12,4 nell'Est. L'azienda impiega 19mila addetti in 11 stabilimenti in quattro paesi diversi (Turchia, Romania, Russia e Cina) ed esporta in oltre 100 paesi. In Turchia gli stabilimenti marcano 24 ore al giorno grazie a tre turni di lavoro. Arçelik fa capo alla potente famiglia Koç, la più grande azienda privata del paese operativa anche nell'edilizia, nell'automobilistico, nell'alimentare, nel bancario. Il business incide sul 5% del Pil turco.

Il gruppo Arçelik procede in Europa come un rullo compressore (ma anche i coreani non scherzano): a volume, in Europa occidentale la quota di mercato

negli elettrodomestici bianchi è passata, nel 2012, dal 5,4% al 6,5%; il price index (media dei prezzi) è risultato di 121 per Bosch, 72 per Indesit e 71 per Beko. In Inghilterra Beko si dichiara leader con

una quota del 17% (15,9% l'anno prima), in Francia è al 5,2% (da 4,3%) e in Germania è al 4,2% (2,9%). In Italia «in soli 6 anni di attività - osserva Federico Mangiacotti, direttore generale di Beko Italy - siamo arrivati a 80 milioni di fatturato, comprensivo di 15 del marchio Grundig. Anche quest'anno cresceremo a due cifre a dispetto della crisi: oltre a essere presenti nei negozi di mobili, siamo in tutte le grandi catene specializzate (eccetto Media World) e in quelle non specializzate come Coop e Auchan».

lizzate come Coop e Auchan».

Quale il segreto? «Un ottimo rapporto prezzo qualità - risponde Mangiacotti - e una gamma completa di prodotti competitiva con i migliori player». E il costo del lavoro? «Un operaio turco - risponde Alper Aydinay, quality manager di Arçelik in Turchia - guadagna mediamente 800 euro al mese, ma il cuneo fiscale esiste anche in Turchia e, alla fine, il costo triplica».

In realtà sulla competitività influisce anche la debolezza della lira turca che, negli ultimi due anni, è scesa, rispetto all'euro, da 1,9 a 2,4. Insomma una svalutazione competitiva che fa tanto bene all'export.

E. Sc.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

NUMERI

4,5 miliardi

Fatturato

Il gruppo Arçelik-Beko ha esportato il 60% dei ricavi del 2012. Oltre il 40% del fatturato è diretto in Europa. Per il 2013 il gruppo turco stima di aumentare l'export del 10%.

6,5%

Quota di mercato

In Europa occidentale la società dichiara una quota del 6,5% contro il 5,4 del 2011. E si colloca al terzo posto. In Gran Bretagna si dichiara leader con il 17%.