

Numeri record per il 2006 di Whirlpool

Pubblicato: Mercoledì 7 Febbraio 2001

E' arrivata l'ultima congiunturale del 2006 per Whirlpool Corporation, ancora una volta assestata su numeri record: le vendite annue, attestate a oltre 18 miliardi di dollari, sono aumentate del 26 per cento rispetto al 2005.

E tra i traini principali della performance della multinazionale c'è Whirlpool Europe, che nel trimestre ma anche nell'intero esercizio 2006 ha registrato livelli record di ricavi e di utile operativo. Più precisamente nel trimestre i ricavi sono aumentati del 15 per cento, attestandosi appena sotto la soglia di 1 miliardo di euro, sostenuti dalla performance costantemente forte del marchio *Whirlpool* e delle nuove offerte di prodotti. In valuta locale, le vendite sono aumentate del 7 per cento circa. Si stima che, nel periodo in esame, la crescita del comparto globale in termini di volume sia aumentata dell'1-2 per cento. L'utile operativo, attestato a un livello record per il quarto trimestre, ossia 61 milioni di dollari, è aumentato del 32 per cento rispetto al dato dello scorso anno, trainato dalla forte performance del mercato, dalla riduzione dei costi amministrativi e dal miglioramento del mix di prodotto. Dati che permettono alla società di prevedere un aumento delle consegne di settore per il 2007 intorno al 2-3%.

Una situazione di cui non i vertici non possono che compiacersi, almeno dal punto di vista del mercato: «La Whirlpool, come ha dimostrato negli ultimi anni, è in continua crescita, e ancora una volta abbiamo avuto un trimestre record, sia in termini di fatturato che di utili operativi – ha commentato Claudio Baggiani, Amministratore Delegato Whirlpool Europe – In particolare, in Italia abbiamo avuto una crescita doppia rispetto al mercato e questo ci ha permesso di aumentare le nostre quote. E quest'anno lanceremo il marchio Kitchenaid, che si posizionerà nella fascia più alta del mercato e si rivolgerà a tutti gli appassionati di cucina, permettendoci di crescere ulteriormente».

Chi si occupa della produzione però, è stato decisamente più cauto: «Analizzando i risultati complessivi del trimestre, che sono positivi e riconfermano il buono stato di salute di Whirlpool, si osserva che il settore degli elettrodomestici è sottoposto a una forte pressione competitiva derivante dal costo delle materie prime – ha precisato Walter Albè, Vice President Refrigeration, Whirlpool Europe – Un ulteriore elemento cui dobbiamo prestare molta attenzione, in particolare per quanto riguarda i paesi come l'Italia, è costituito dal fatto che molti nostri concorrenti dispongono di basi produttive situate in paesi a basso costo del lavoro, e ciò crea una ulteriore pressione competitiva che si sovrappone a quella provocata dai costi dei materiali. Finora abbiamo saputo bilanciare e gestire bene l'aumento dei costi dei materiali, migliorando i margini e la redditività. Dobbiamo però vigilare e agire per affrontare in maniera adeguata e propositiva la sfida della competitività e assicurare il più alto livello di eccellenza ed efficienza produttiva»

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it

