

Bitzer: “La globalizzazione non spezzerà le nostre radici”

Pubblicato: Lunedì 4 Settembre 2006



«**La gloriosa Ignis è nata proprio qui:** siamo in un’ala ricavata da uno dei capannoni originali. Le radici della nostra organizzazione europea sono a Varese, e questo è un sentimento diffuso e ben presente nell’azienda, perché si tratta di radici vive e vivide. Ed è motivo di orgoglio avere dipendenti che sono entrati in azienda non solo prima di noi ma anche prima della Philips, quando qui c’era l’Ignis».

Comincia così, indicando la splendida vista che si può godere dalle vetrate del suo studio da presidente, il colloquio con **Marc Bitzer**, tedesco, presidente di Whirlpool Europe dall’inizio del 2006.

«Qui tutti si sentono ovviamente parte della Corporation, ma nella sede europea c’è un sentimento particolare in più. Perché la Corporation ha un fatturato di 19 miliardi di dollari, ma anche per dei grandi è importante ricordare la qualità, l’innovazione e la creatività di persone come Giovanni Borghi»

Il luogo è importante per la creatività? Ideare frigoriferi qui ha un senso diverso che produrre frigoriferi altrove?

«Se uno a tavolino dovesse pianificare dove mettere una sede europea, forse Comerio non sarebbe la prima scelta. Ma sono molti invece gli elementi che concorrono. A parte le ragioni storiche, questa zona d’Italia è il centro di gravità degli elettrodomestici. Qui si trovano tecnici, ingegneri, la creatività adatta a questo settore. Tenga conto inoltre che gran parte degli elettrodomestici, il 45% di quello che produciamo, sono destinati alle cucine e in Italia esistono non i produttori più grossi ma quelli che dettano il trend nel settore. Ed è importante anche il fatto di trovarci a contatto con loro. Per questo il

luogo è importante».



Cassinetta vista dall'ufficio del presidente

Dalle sue prime parole, un punto fermo sembra sia acquisito: il quartier generale europeo della Whirlpool resta a Comerio. Le teste pensanti stanno bene qui, hanno floridi scambi culturali e di innovazione. **Ma è inutile nascondersi che a Varese la preoccupazione sul futuro della Whirlpool, soprattutto per quel che riguarda la produzione, esiste.** La paura che gli effetti della globalizzazione pesino anche su di una azienda che va benone a livello mondiale sono concreti.

«La globalizzazione è reale: ed è reale anche il fatto che la maggior parte dei costi siano concentrati sul personale. Una grande azienda come Whirlpool non può ignorare questi dati, non può fare la strategia dello struzzo. Ma posso dire che Whirlpool prima ancora di altri ci ha pensato e si è mossa in una specifica direzione: la pressione sui costi di produzione esiste, per esempio, ma questo non significa necessariamente spostarsi armi e bagagli in Cina. Significa semplicemente che ogni fabbrica deve fare di tutto per continuare ad essere produttiva. Qui si riesce con prodotti ad altissimo livello, come i frigoriferi side by side per esempio. Ma ci si riesce anche con prodotti non così elevati a livello tecnologico, come i freezer orizzontali: in Italia la produzione è a Siena, ed è competitiva anche rispetto alle fabbriche dell'est europeo. Con questo intendo dire che esiste – ed è giusto cercare – la possibilità di trovare un equilibrio nella produzione senza fare scelte radicali, e noi ci siamo resi conto prima di altri di questo equilibrio. Noi siamo in Cecoslovacchia dal 1991 e in Polonia dal 2002, si è trattato di un processo ragionato e bilanciato. Forse, quello che ha provocato paura nel pubblico è stato forse il vedere alcuni dei concorrenti che, accortisi di botto di questa situazione, hanno attuato misure choc, con chiusure di intere sedi. Ma il nostro percorso non è stato in questa direzione, ed è stato sempre ragionato e trasparente. Intendiamoci però: la globalizzazione non si fermerà, e sarà necessario continuare a essere competitivi, sempre. Se noi adesso ci sentiamo a posto non dobbiamo fermarci. Dobbiamo continuare a stare in guardia».

Ha parlato di Cina, ha parlato di globalizzazione. In questo tempio del frigorifero, **chissà se è**

opportuno pronunciare il nome Haier...

Bitzer sorride, cerca le parole adatte, poi commenta: «Noi prendiamo tutti i competitors sul serio. Diciamo però che tra quelli a cui facciamo maggior caso, loro non sono i primi della lista».

Bitzer parla con un misto di sicurezza e di cortesia, tipico dei veri “tosti”, di quelli che non sono arrivati alle poltrone più alte per caso. Eppure ha 41 anni, per la nostra logica gerarchica è giovanissimo. «Non per la Whirlpool però – precisa – Jeff Fettig, ora presidente della Corporation, è diventato presidente di Whirlpool Europe nel 1999 che era più giovane di me. In questa azienda non è strano».

Bitzer, che in Whirlpool Europe ha cominciato a lavorare come vicepresidente del marchio Bauknecht, **abita a Varese da sette anni**. «Anche la mia famiglia vive qui: sono sposato e ho due figli, di 3 e 4 anni. Dal punto di vista professionale, ho sempre associato Varese alla Whirlpool. Ma dal punto di vista personale per me Varese sono le montagne: mi piace molto il paesaggio montano qui intorno, e anche se prendo l’aereo due volte alla settimana ogni volta guardo fuori dal finestrino cercando di riconoscere le montagne. In particolare mi piace salire sul Tamaro: ma non dalla parte dell’ovovia...»

Ormai è nel nostro paese da tempo: a cosa non riesce ad abituarsi, dell’Italia?

«Io sono nato in Germania, ma da quando ho 23 anni ho vissuto fuori del mio paese, in sette nazioni diverse. Ho perciò smesso da tempo di rimpiangere ciò che non trovo della Germania altrove: ho imparato al contrario ad apprezzare le novità positive di ogni posto in cui sono andato. Detto ciò, c’è qualcosa che ancora mi stupisce dell’Italia: la quantità di burocrazia che c’è. Ma è una cosa che stupisce anche gli italiani, del resto».

Non è difficile essere consapevoli del fatto che la vostra è una grande impresa in un tessuto sociale di piccole imprese, le quali hanno sostenuto non solo il territorio ma anche le grandi imprese stesse. Dal suo osservatorio, cosa si sente di dire loro?

«Sono imprese importanti, e il consiglio che potrei dare loro è solo di non scordarsi mai cosa ha dato loro il successo: che è sostanzialmente, la loro capacità di mantenere insieme creatività, innovazione ma anche qualità. Questo devono continuare a ricordare: che loro non sono diventate grandi perchè il costo del lavoro nel nord Italia era basso, ma per questi motivi. Devo sottolineare anche che parte della loro qualità è data dall’orgoglio che mette nel suo lavoro l’artigiano: un orgoglio tipico delle piccole imprese, ma che dovrebbe essere proprio anche delle grandi industrie».

Ha qualcosa che la colpisce dei lavoratori di questa azienda: dei ricordi o degli aneddoti?

«Molte cose, ma una in particolare mi colpisce. Whirlpool sostiene diverse associazioni: ed è lecito che si pensi che queste associazioni siano nate a tavolino, con una scelta razionale su chi beneficiare in un contesto di responsabilità sociale. Invece qui è stato proprio il contrario. I contatti con queste associazioni sono nati dai dipendenti, che hanno segnalato realtà che stavano già vivendo da tempo. Io non ho mai chiesto a un dipendente di donare il proprio tempo a favore delle associazioni. Eppure mi ha colpito il fatto che gente che lavora 40-50 ore alla settimana qui, usi poi tutto il weekend a favore di queste associazioni».

Quando si parla di Whirlpool, c’è un continuo desiderio di ascoltare quali sono progetti futuri, di sentire che l’azienda resta ancorata al territorio. Ci racconti qualcosa di bello per il futuro...

«Posso dire che probabilmente saremo sponsor dei mondiali di ciclismo 2008 che si svolgeranno a Varese» annuncia il presidente di Whirlpool Europe con tutti i se, i distinguo e le delicatezze del caso, visto che ancora non c’è alcuna firma. Aggiungendo però a mò di monito «Noi però siamo una azienda trasparente in cerca di sport sani e trasparenti: per questo vogliamo garanzie che siano fatti tutti gli sforzi possibili per consentire uno svolgimento corretto». A proposito di sport, Bitzer accenna poi anche alle altre attività di sponsorizzazioni sportive locali, come quelle delle squadre di basket di Varese e Castelletto Ticino «si tratta di un omaggio diretto a Borghi, anche se ammetto che è decisamente in tono più modesto di ciò che faceva lui. Si tratta di un modo, doveroso, di continuare la tradizione».

Queste sono delle belle novità: ne abbiamo da comunicare altre?

«Sembra che il 2006 sia un anno particolarmente buono dal punto di vista economico per Whirlpool

Europe, e questo deve essere considerata una buona notizia anche per Varese. Inoltre, la commissione europea ha annunciato di imporre dazi su alcuni prodotti side by side importati dalla Corea, superando il dumping che ci stavano imponendo. La decisione non era ai livelli che abbiamo sperato, ma riporta un po' tutti i giocatori sullo stesso piano. Anche questa è una bella notizia per Varese, perchè i side by side sono prodotti qui».

Quello su cui sembra impossibile dubitare è che questa è una azienda florida, insomma: «Siamo in crescita, e i risultati sono soddisfacenti – conclude Bitzer – siamo al secondo posto davanti a Merloni ed Electrolux, abbiamo risultati di gestione sani. Ma noi non siamo mai interamente soddisfatti. Sarà questo il segreto del nostro progresso: ad ogni successo, pensiamo semplicemente che ci stiamo allontanando un po' dall'insuccesso».

Stefania Radman

stefania.radman@varesenews.it