

Whirlpool Europe più forte del suo settore

Pubblicato: Giovedì 24 Aprile 2008

Whirlpool Europe registra nel primo trimestre un **fatturato** che tocca i 940 milioni di dollari, pari a 628 milioni di euro, con un **incremento del 13%** rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, dovuto principalmente agli effetti del cambio. Il suo utile operativo pari a 45 milioni di dollari, è invece cresciuto di 17 punti rispetto al primo trimestre 2007: 29.5 milioni in euro rispetto ai 29 milioni dello stesso periodo dell'anno precedente.

Questi i risultati a fronte di un forte incremento dei costi dei materiali ed un **calo generale della domanda di settore in Europa**, situazione che si è aggravata ulteriormente in confronto al quarto trimestre del 2007, con un calo complessivo ora dell'ordine di 2 o 3 punti percentuali e punte negative fino all'8 per cento per il settore dell'incasso.

Nonostante il forte calo della domanda interna e la perdita di fiducia da parte dei consumatori, la tenuta del gruppo nel primo trimestre 2008 è sostanzialmente dovuta alle vendite legate al marchio Whirlpool, leader del settore, e alle innovazioni di prodotto. In particolare **hanno riscontrato il favore del mercato le nuove tecnologie del vapore** impiegate nelle lavatrici e nei forni introdotti recentemente e **presentati al salone internazionale del mobile di Milano la scorsa settimana**, segno della continua fiducia dei consumatori verso la qualità dei marchi Whirlpool.

Questa positiva percezione d'immagine da parte dei consumatori è ulteriormente rinforzata dalla politica dell'azienda verso i temi ambientali, come dimostra il forte gradimento verso il progetto **Greenkitchen**, un **eco-sistema integrato di elettrodomestici in grado di far risparmiare fino al 70% sulla bolletta di elettricità**.

“Questi risultati sono la conseguenza di una strategia specifica, basata sul lancio di prodotti innovativi, sulla gestione ottimale del mix di vendita ed un efficace controllo dei costi, specialmente alla luce degli aumenti senza precedenti dei costi dell'acciaio e del petrolio. In un mercato che sta attraversando un momento difficile, prodotti come lavatrici e lavastoviglie hanno determinato la buona performance dell'azienda in Europa” ha detto **Giuseppe Perucchetti**, senior vice president, Market Operations, Whirlpool Europe. Sulla base dell'attuale contesto economico in Europa, l'azienda prevede però un calo delle consegne di settore per l'intero esercizio 2008 nell'ordine del 2 – 3 per cento, rispetto al mantenimento dei volumi precedentemente ipotizzato.

I dati europei fanno parte dei risultati consolidati annunciati ieri da Whirlpool Corporation che, a livello globale registra nel primo trimestre 2008 un utile di 94 milioni di dollari, con una flessione del 24 per cento rispetto ai 124 milioni registrati nello stesso periodo del 2007. Il fatturato di 4.6 miliardi di dollari invece è in crescita di 5 punti percentuali rispetto ai 4.4 miliardi del primo trimestre 2007.

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it

