

Elica conquista il 95% del mercato giapponese

Industria

Francesco Casoli: vogliamo crescere nel Paese, magari con un'altra joint venture

Matteo Meneghella

Un sodalizio familiare che ha conquistato il 95% del mercato giapponese delle cappe d'aspirazione premium.

Elica celebra i successi di Ariaфина, la jv varata a inizio 2000 con Fuji Industrial che ha portato in dote, oltre a un peso rilevante sul mercato locale (vale il 5% dei ricavi di Elica) e un buon contributo a livello di marginalità, anche un forte legame tra Fabriano e Tokyo. E a due decenni dallo sbarco in Giappone, Elica ora è pronta a rilanciare e pensa all'opportunità di una nuova alleanza, con altri partner, nei motori elettrici.

«In Giappone opera un leader globale come Nidec - ragiona il presidente di Elica, **Francesco Casoli** - ma sono convinto che con Emc Fime potremmo fare valere le nostre competenze in alcune nicchie legate al riscaldamento. Ci piacerebbe potere crescere in quel segmento, magari con un'altra joint venture».

La scelta della partnership per il Giappone, 20 anni fa, non è stata casuale, visto che questo mercato in alcuni ambiti presenta forti barriere all'ingresso per stranieri. «Mi sono reso conto che il Giappone poteva essere un'opportunità per i nostri prodotti - spiega Casoli - e così ho contattato Fuji, leader di mercato». Il resto è storia. Oggi Elica, attraverso Ariaфина (circa 3 miliardi di yen il fatturato: 25 milioni di euro) è leader in Giappone nel segmento premium delle cappe a valle di un percorso di sviluppo comune di un prodotto con tecnologia giapponese e design e know how italiano. «Abbiamo studiato insieme il prodotto - spiega Casoli - e poi inviato tecnici per coordinare le lavorazioni di saldatura, curvatura e ripulitura dell'acciaio, e per gestire il vetro, non utilizzato nel processo produttivo locale».

Tra gli obiettivi futuri c'è l'ampliamento dell'offerta grazie alla collaborazione con un importante produttore europeo e alcuni part-

ner giapponesi oltre all'ingresso nel settore della ristorazione professionale. «La collaborazione tra Elica e Fuji Industrial è un esempio unico sia per la longevità, ma anche per il rapporto con la famiglia Kashimura, che va oltre il business» spiega Casoli che ricorda, a questo proposito, la naturalezza con cui Keichi Kashimura, oggi scomparso, acconsenti a cedere l'1% della jv ad Elica, in occasione dell'ipo del gruppo italiano. «Avere il 51% e consolidarla in bilancio era importante in ottica di quotazione - spiega Casoli -. Keichi acconsenti senza volere nulla in cambio. È questa la ragione per cui questo sodalizio ha funzionato così bene e continua a dare frutti: si basa sul rispetto reciproco tra due famiglie, magari culturalmente diverse ma con uguale mentalità. E la scelta del luogo in cui celebrare l'anniversario, l'Istituto italiano di Cultura a Tokyo, non è stata casuale: è l'istituzione impegnata a diffondere storia e cultura del nostro paese e promuovere la creatività italiana e l'edificio in cui ha sede, disegnato da Gae Aulenti, è uno dei simboli più significativi delle salde relazioni tra le due nazioni».

È RIPRODUZIONE RISERVATA

LA PRESENZA ESTERA

Dal Messico alla Polonia

Oltre al Giappone, Elica oggi è presente in Messico (l'hub serve i mercati di centro e Nordamerica), in Polonia e in Cina, dove produce cappe e piani cottura per il mercato locale.

In India con Whirlpool

In India resta una piccola partecipazione in una joint venture con Whirlpool. E proprio il colosso americano, con il quale Elica ha un forte legame anche in Italia, si prepara nei prossimi mesi a cedere le attività sul mercato europeo. Ma Casoli non teme ripercussioni sull'attività del suo gruppo. «In ogni caso le quote dovrebbero passare a eventuali subentranti - spiega Casoli -. Elica, inoltre, è sempre più specialista: il 60% del nostro fatturato ormai è relativo al brand proprietario»



Superficie 17 %