

Conferenza stampa

Bilancio d'esercizio **2016**



Verl, 10. febbraio 2017

INDICE

1. **Il mercato del mobile e della cucina nel 2016**
2. **Andamento del fatturato nobilia nel 2016**
 - 2.1. Totale **nobilia**
 - 2.2. **nobilia** sul mercato interno
 - 2.3. Fatturato export di **nobilia**
3. **Il gruppo aziendale nobilia**
4. **La fiera aziendale 2016 e la collezione 2017**
5. **Produzione e investimenti**
6. **Tutela dell'ambiente e sostenibilità**
7. **Personale e formazione**
8. **Previsioni e programmi per il 2017**

1. Il mercato del mobile e della cucina nel 2016

A metà gennaio 2017, in occasione del salone del mobilie di Colonia, il settore del mobile ha potuto guardare con soddisfazione al 2016. La situazione positiva dei livelli occupazionali e le rendite contenute nei mercati dei capitali hanno contribuito anche nell'anno appena trascorso a mantenere alta la propensione all'acquisto dei beni di consumo durevoli. Di questo andamento hanno potuto decisamente trarre profitto anche i produttori di mobili in Germania.

Anche se la propensione al consumo nel 4° trimestre dell'anno scorso è leggermente arretrata, le associazioni stimano comunque che nel 2016 il settore del mobile abbia chiuso con un incremento del fatturato del 3,5% rispetto all'anno precedente. Molto evidente è stato che l'impulso più forte sullo sviluppo è venuto dell'export piuttosto che dal mercato interno, il quale a fine novembre 2016 ha contribuito solo per il 2,5% all'andamento positivo del settore.

Anche il settore delle cucine componibili può dirsi più che soddisfatto del 2016. Secondo le stime dell'associazione di categoria la crescita del settore in Germania a fine novembre è stata in totale del 4,2%. Con questo le cucine componibili hanno avuto ancora una volta uno sviluppo più forte dell'intero settore del mobile. Anche qui è stato l'export a profilarsi come il vero motore dello sviluppo con un incremento dell'8,7%. L'aumento del fatturato dell'export, stando alle stime del VdDK (associazione dei produttori di cucine tedeschi), è stato equamente ripartito tra Paesi sia all'interno che al di fuori della zona euro. Con questo il settore può dirsi ormai saldamente presente sui mercati eteri.

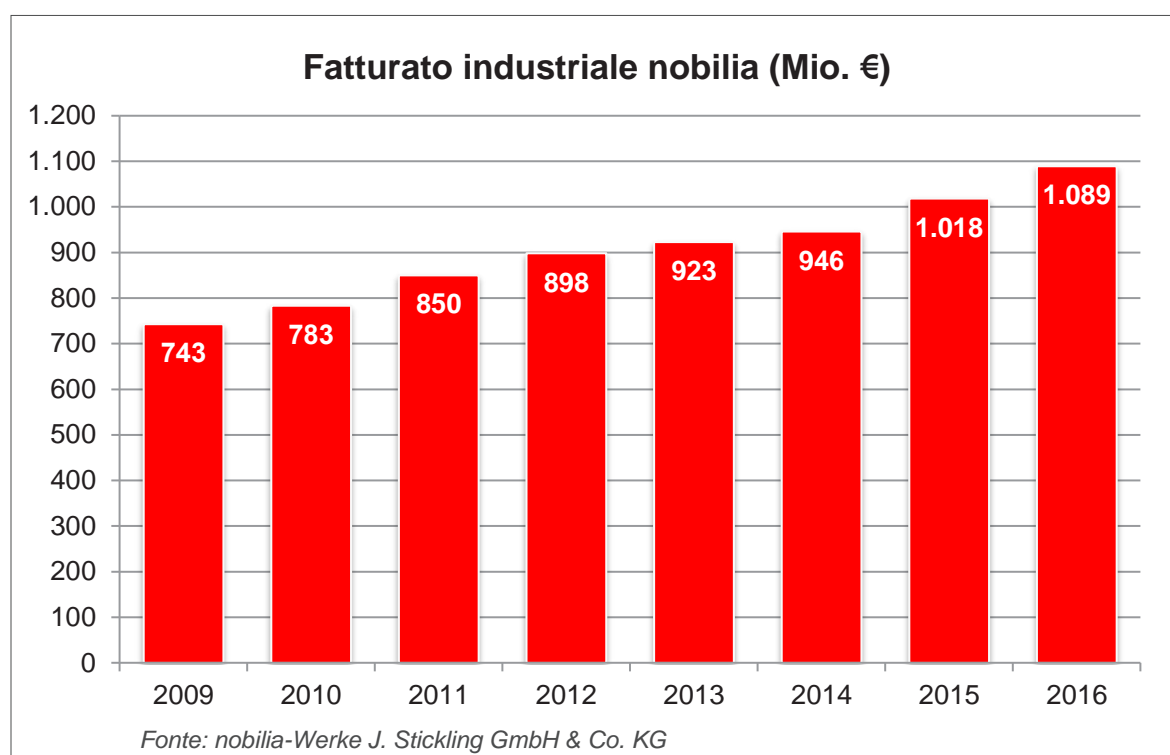
Stando sempre alle stime dell'associazione di categoria, l'andamento sul mercato interno, con un incremento dell'1,5 % registrato a fine novembre 2016, ha dato un contributo modesto alla crescita complessiva del settore, la cui quota export è potuta salire al 38,5%.

2. Andamento del fatturato nobilia nel 2016

2.1. Totale nobilia

Anche nel 2016 nobilia è riuscita a sganciarsi dalle dinamiche del settore delle cucine componibili e di muoversi al di sopra della media del mercato.

Con un fatturato di 1,089 miliardi di euro nel 2016 non solo è stata raggiunta, ma anche abbondantemente superata la fatidica soglia del miliardo. Rispetto al dato del 2015 di 1,018 miliardi di euro il 2016 ha chiuso con un incremento di 70,4 milioni di euro, quindi con una crescita pari al 6,9 %.



Con questo risultato nobilia ha potuto riconfermare la sua crescita costante, consolidando anche in questo modo la sua leadership sul mercato tedesco e la sua posizione dominante in europa.

Con 660.000 commissioni su base annua, corrispondenti a circa 3.000 ambienti prodotti in media per giorno lavorativo, a livello materiale sono stati ancora una volta raggiunti traguardi quantitativi mai realizzati prima.

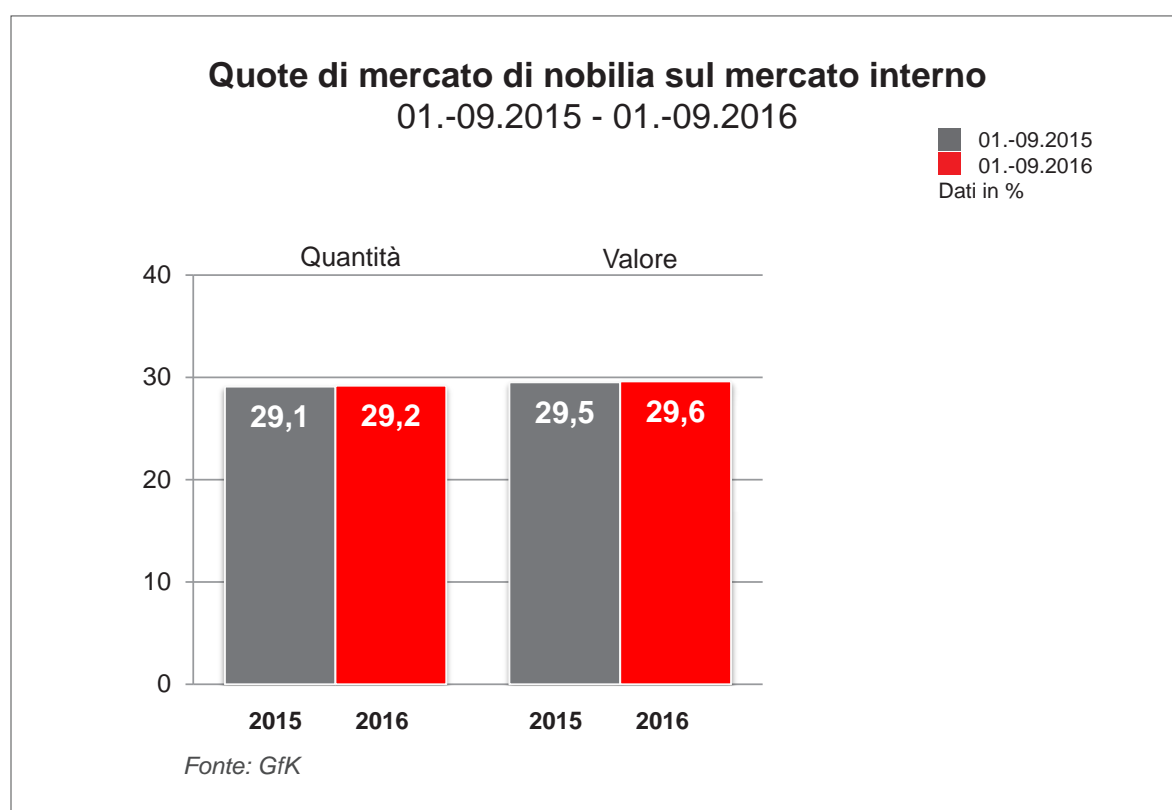
Come negli anni precedenti l'incremento di fatturato è stato determinato principalmente dalla lavorazione del mobile. Il desiderio dei Clienti di operare sia sul mercato domestico che su quelli esteri non con il marchio nobilia bensì con il proprio brand è stato pienamente rispettato con la creazione di ormai oltre 100 diversi "Private Label".

nobilia si riconferma leader nel c.d. modello di commercializzazione completa, costituita cioè dall'offerta integrata di mobile, elettrodomestico ed accessorio da un unico fornitore. Dodici marche di elettrodomestici, di cui diversi in esclusiva, coprono diversi segmenti, dalla fascia economica a quella di alta gamma. Quasi la metà delle commissioni prodotte viene consegnata completa di elettrodomestici.

Rispetto all'anno precedente la quantità di elettrodomestici è rimasta pressoché costante, non riuscendo a seguire la crescita dei mobili. Le cause principali sono state da una parte le politiche dei marchi esclusivi di alcuni gruppi di acquisto in Germania, dall'altra però anche lo sviluppo sempre maggiore di nobilia sui mercati esteri. Anche se negli ultimi anni la commercializzazione integrata è riuscita a svilupparsi nell'export per i suoi vantaggi di carattere logistico, questo modello trova ancora dei limiti soprattutto nei mercati di recente ingresso, dove particolari requisiti tecnici o la mancata notorietà dei marchi possono ostacolare o frenare la vendita di elettrodomestici. Ma la penetrazione di questi nuovi mercati impone di insistere nel comunicare i vantaggi di questo modello in modo sistematico ed intensivo. La gestione semplice e rapida degli ordini, il buon rapporto qualità-prezzo e l'inconfrontabilità in internet dei marchi proposti da nobilia si affermano anche sui mercati esteri come interessanti fattori di successo nella vendita. È proprio l'ampia selezione di elettrodomestici tanto di marchi noti quanto di marchi esclusivi ad aver portato in molti mercati esteri, nei quali la presenza di nobilia è ormai radicata, ad avere la stessa quota di cucine complete come nel mercato domestico.

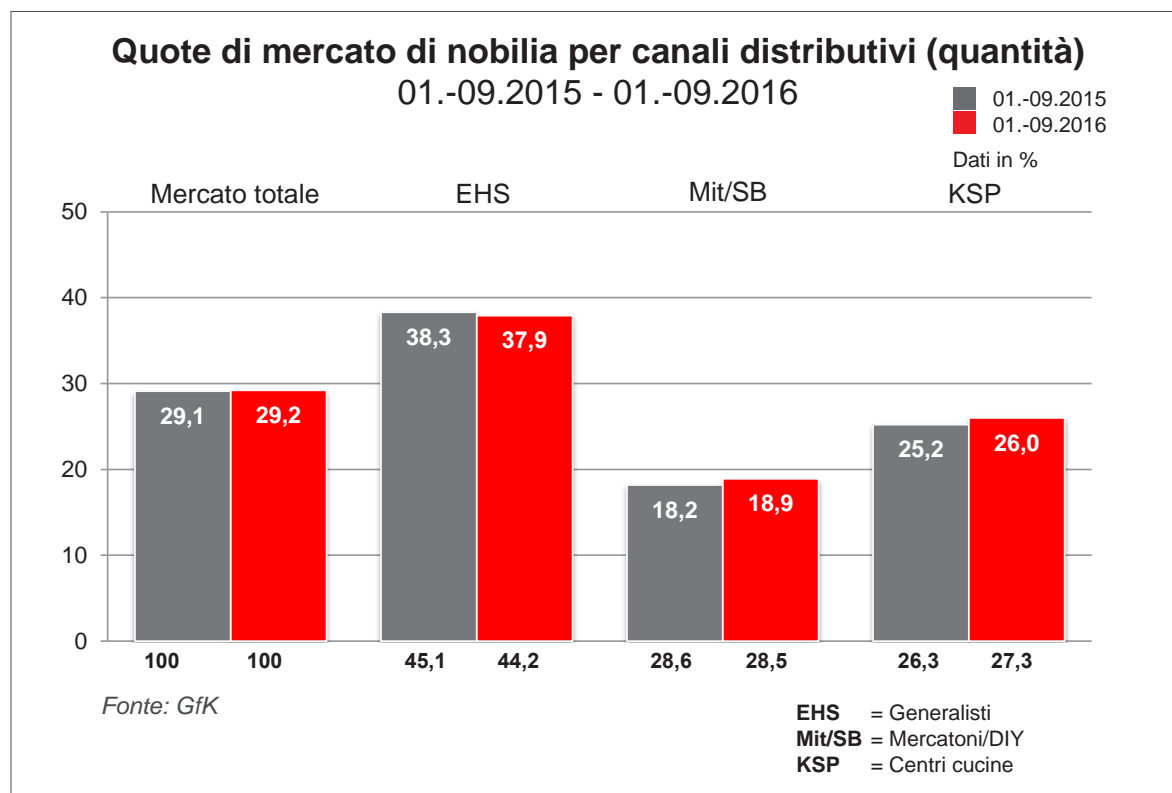
2.2. nobilia sul mercato interno

Con un totale di 604,5 milioni di euro il fatturato sul mercato domestico nel 2016 ha superato di 13,4 milioni di euro lo stesso dato del 2015, pari a 591,1 milioni di euro. Con un incremento del 2,3% lo sviluppo del fatturato anche qui ha superato la tendenza generale del settore. Le vendite sul mercato interno hanno contribuito per circa un quinto all'incremento totale del fatturato di 70,4 milioni di euro.



Stando ai dati di GfK (Gesellschaft für Konsumforschung) la quota di mercato sul mercato interno è lievemente aumentata rispetto all'anno precedente, consolidando il 30% tanto per quantità che per valore. Praticamente una cucina su tre acquistata in Germania viene da Verl.

L'analisi di GfK prende in considerazione anche la quota del mercato interno in relazione ai tre principali canali distributivi, cioè i mobiliери generalisti, i mercatoni ed i centri cucine.

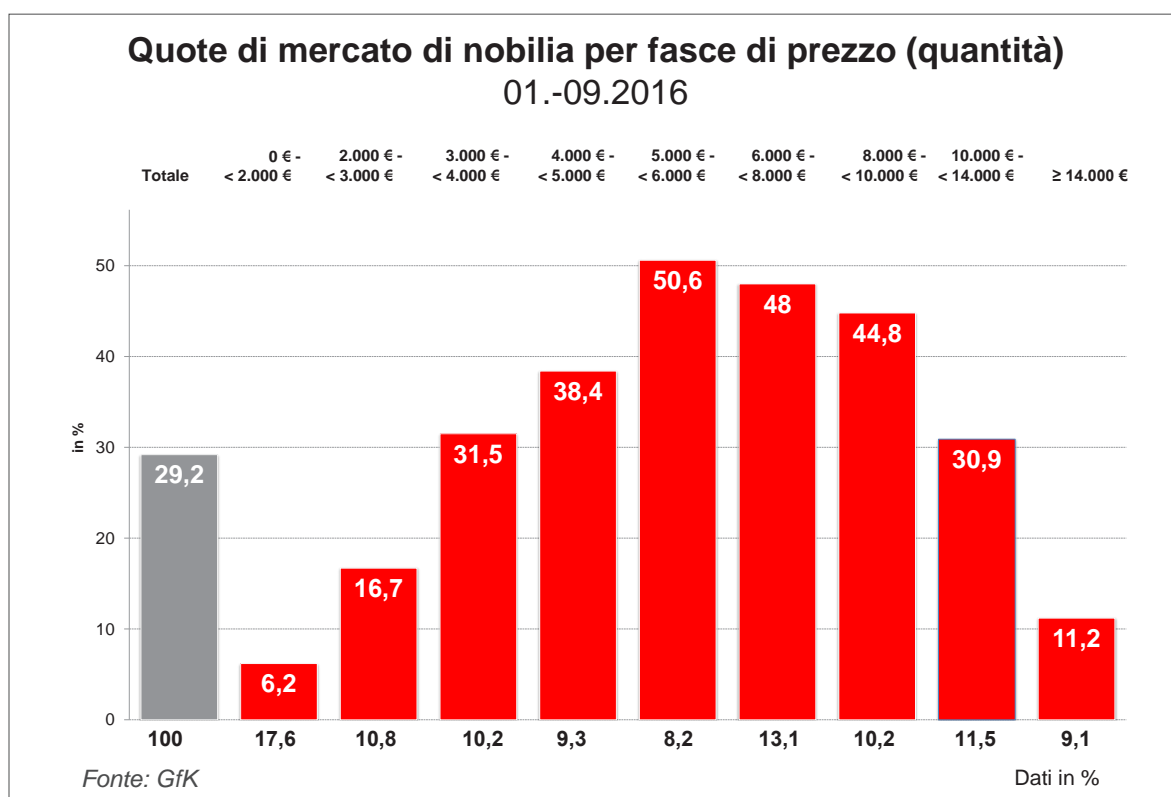


In base ai dati di GfK si può affermare in grandi linee che quasi la metà delle cucine in Germania, cioè il 44,2%, sono vendute attraverso i mobiliери generalisti. Questo canale è importante anche per nobilia, laddove viene raggiunta presso i mobiliери generalisti una quota di quasi il 38%.

Nel canale dei mercatoni e dei brico in Germania la vendita di cucine è minore, ma pur sempre pari al 30%. Parallelamente a questo dato anche nobilia si attesta su una quota del 18,9%, significativamente minore rispetto a quella presso i mobiliери generalisti. Motivo principale è il fatto che il canale dei mercatoni e dei brico è caratterizzato da prodotti di fascia bassa in cui dominano i mobili in kit, i quali notoriamente non rientrano nell'offerta di nobilia. Rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente nobilia ha comunque potuto conseguire un leggero incremento nella sua quota di mercato.

Stando ai dati GfK il peso dei centri cucine è aumentato rispetto all'anno precedente, portandosi 27,3%. Anche in questo canale nobilia ha potuto leggermente incrementare la sua quota, passando dal 25,2% al 26,0%, il che equivale a dire che in Germania ogni quarta cucina venduta dai centri cucine è prodotta da nobilia.

Anche l'osservazione dei dati di GfK relativi alle quote di mercato per fasce di prezzo presenta interessanti spunti di riflessione.

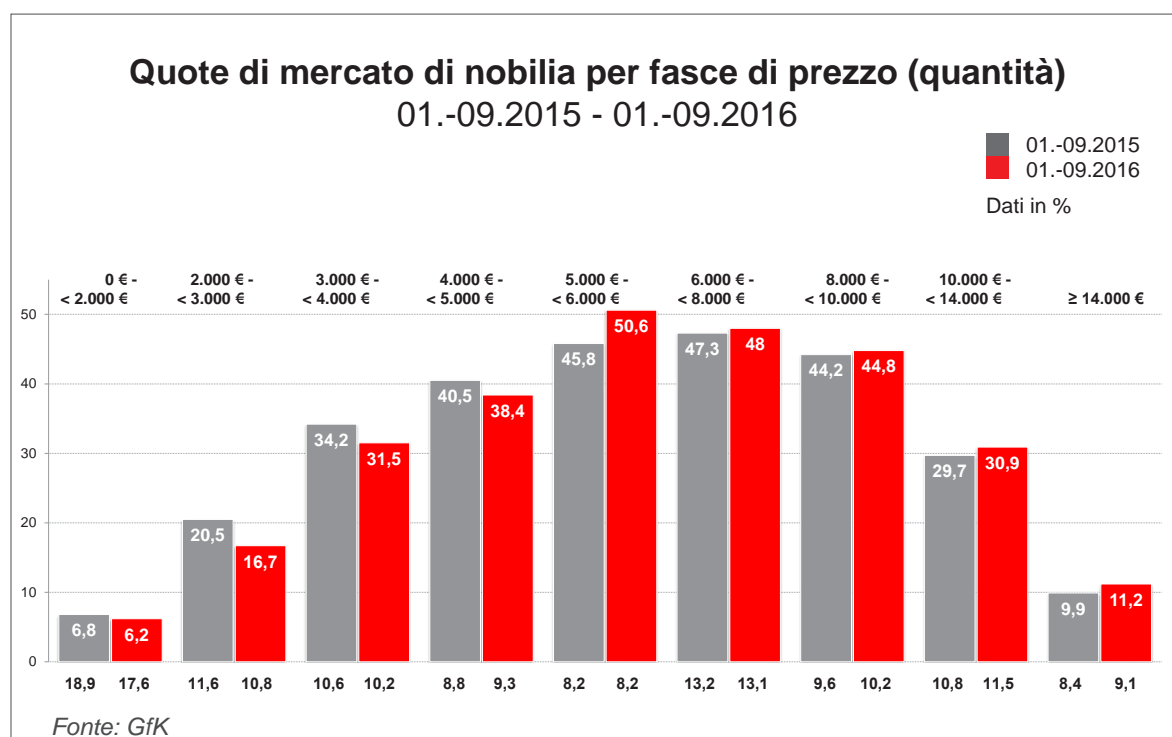


Secondo GfK il 62,5% delle cucine viene venduta in Germania nella fascia tra i 3.000 ed i 14.000 euro.

Nella cosiddetta fascia di primo prezzo, dove cioè la cucina viene a costare al consumatore finale non più di € 2.000, viene venduto il 17,6%. Qui la quota di mercato di nobilia è del solo 6,2%. Il segmento è infatti dominato dai mobili in kit, i quali non rientrano nella produzione di nobilia.

La quota di nobilia inizia però a profilarsi già nel segmento dai 3.000 ai 4.000, attestandosi sul 31,5%. Nella cosiddetta “pancia del mercato”, cioè nella fascia dai 4.000 ai 10.000 euro nella quale si concentra oltre il 40% delle cucine vendute in Germania, la quota di nobilia oscilla tra il 38,4% ed il 50,6%. Addirittura nella fascia tra i 5.000 ed i 6.000 euro una cucina su due viene da Verl.

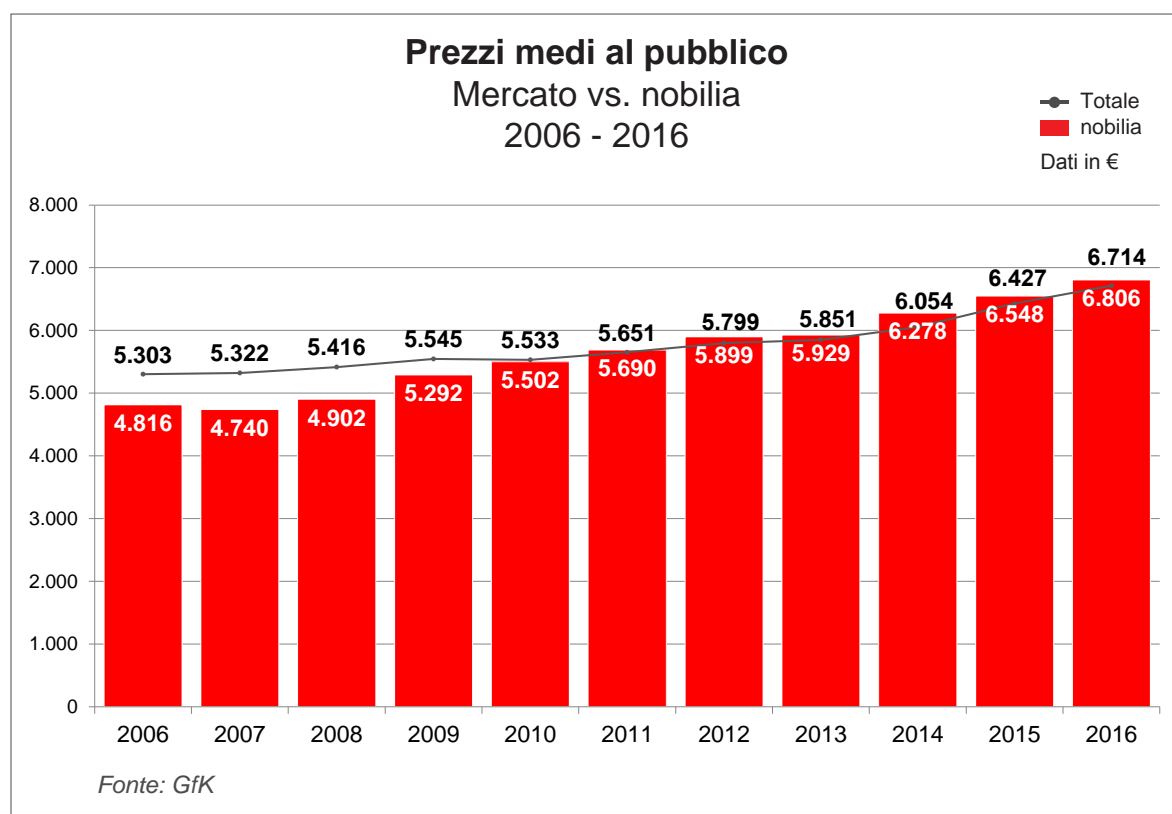
Con quote come queste è più che evidente come nobilia occupi una posizione dominante nelle fasce centrali del mercato, una posizione consolidata e duratura.



Ma anche nelle fasce più alte le quote di mercato la quota di nobilia mostra segni di costante positivo sviluppo rispetto ai periodi precedenti. Se nelle fasce più basse nobilia non ha potuto incrementare le sue quote, nobilia ha invece guadagnato posizioni già a partire dai 5.000 euro, quindi in un mercato che totalizza più del 52% delle cucine vendute in Germania.

La tendenza verso vendite di valore progressivamente più alto viene confermata anche dal fatto che nobilia ha guadagnato anche nel segmento più alto del mercato, cioè nella fascia oltre i 14.000 euro, una quota di oltre l'11%.

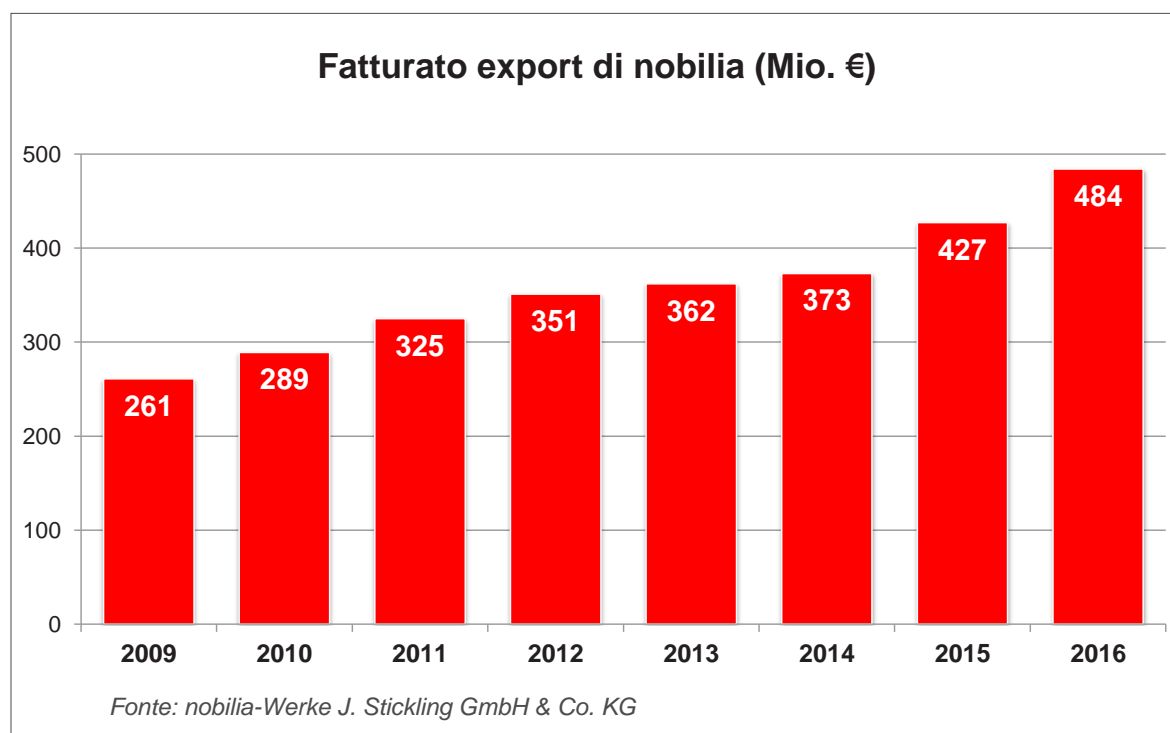
L'impressione che nel lungo periodo il valore medio delle cucine vendute sia in costante crescita è confermata non solo dai dati delle vendite di nobilia ma anche dalla dinamica dei prezzi alla vendita del settore stesso, caratterizzata dalla tendenza verso il trading-up, come dimostra dimostra il grafico seguente.



Lo scontrino medio del mercato dai 5.303 euro nel 2006 è salito ai 6.714 euro nel 2016. Nello stesso periodo il prezzo medio di una cucina nobilia è passato da 4.816 euro ad ormai 6.806 euro e dal 2011 ha addirittura superato la media del mercato. Questo dimostra anche che nobilia da una parte si è orientata alla dinamica del mercato e che dall'altra, con una quota del 30 %, ha addirittura influenzato in maniera determinante in mercato stesso.

2.3. Fatturato export di nobilia

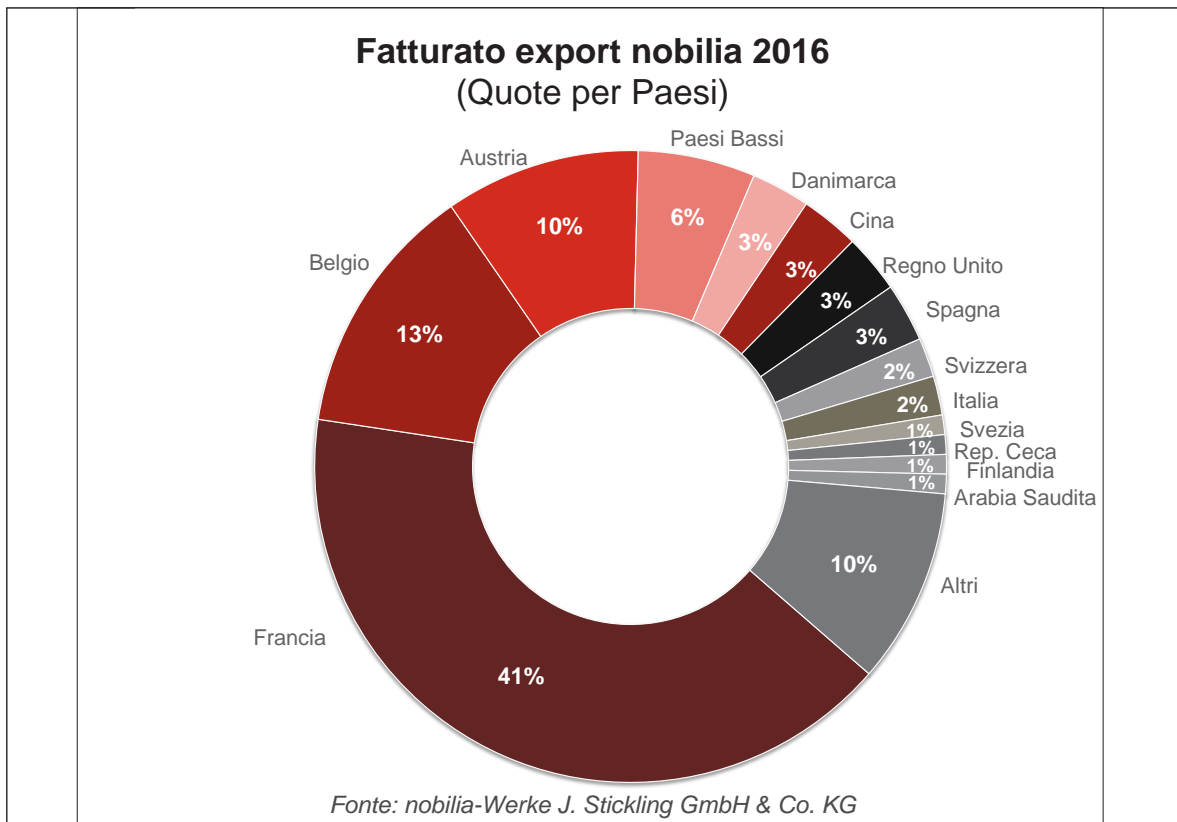
Con un fatturato export di 484,3 milioni di euro il 2016 si è chiuso con un incremento rispetto all'anno precedente di 57,0 milioni di euro o, in termini percentuali, del 13,3 %.



Anche nel 2016 l'export si è confermato come vero e proprio motore della crescita. La quota export è ormai del 44,5%, avendo superato il 42,0% dell'anno precedente e la media del settore, pari al 38,5%.

La ripartizione per mercati di destinazioni non presenta significative variazioni rispetto all'anno precedente.

Sono come sempre i mercati dei Paesi europei confinanti ad assorbire le maggiori quote. Der Schwerpunkt der relevanten Exportumsätze liegt in den europäischen Nachbarländern. Sia in termini assoluti che relativi l'export è dominato dalla Francia con un 41%, seguita dal Belgio con il 13% e dall'Austria con il 10 % del totale delle esportazioni.



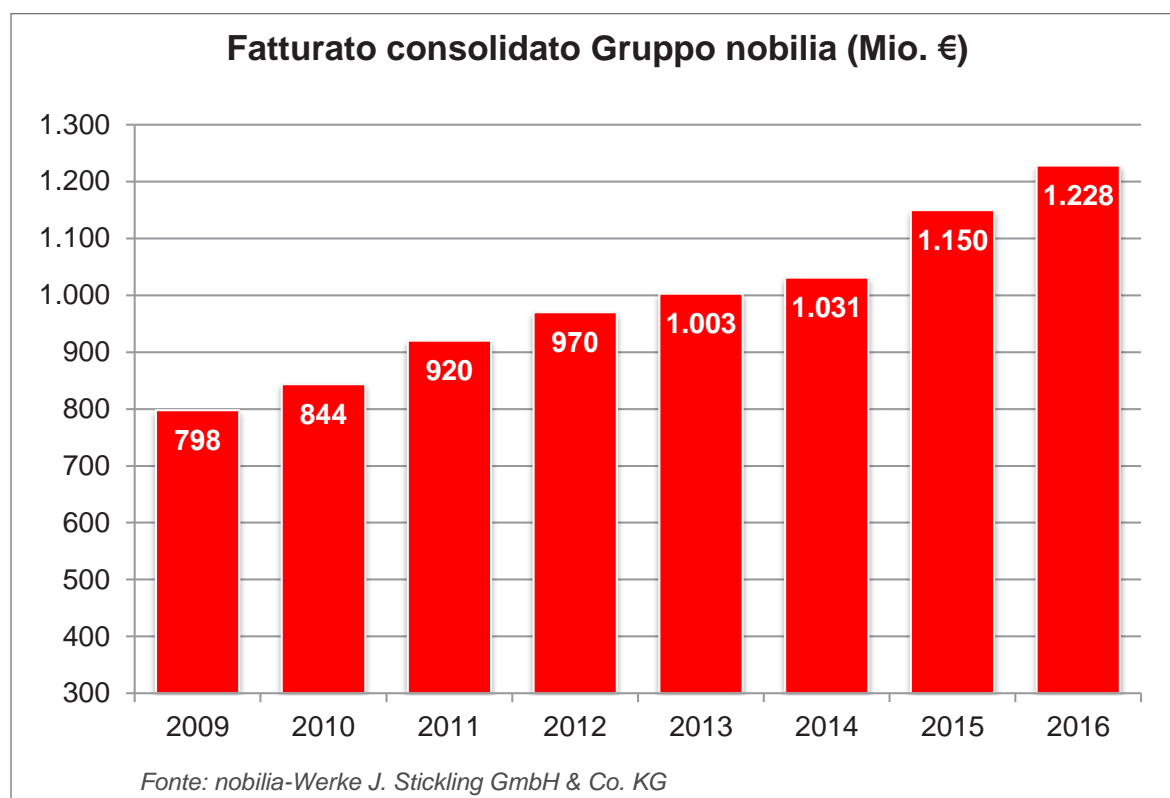
La crescita è stata determinata non solo dai grandi mercati come Francia, Paesi Bassi o Belgio, ma anche da quelli più lontani, come l'Arabia Saudita e la Cina. Parallelamente nel 2016 si è potuto consolidare la presenza in tanti altri mercati minori, con la quale si è potuto partecipare in modo non indifferente alla crescita totale del fatturato export.

3. Il Gruppo aziendale nobilia

L'attività principale di nobilia è e rimane la produzione di cucine componibili in Germania negli stabilimenti di Verl. La distribuzione delle cucine è diretta a parter commerciali in oltre 80 Paesi nel Mondo. Negli ultimi anni al core business si è affiancata anche l'attività di vendita al pubblico in svariate forme, con l'esclusivo fine di creare nei mercati esteri nuovi canali di sbocco per le capacità produttive dei due impianti produttivi di Verl.

In Svezia e nel Regno Unito nobilia gestisce centri cucine sotto la nostra diretta responsabilità con i marchi, rispettivamente, Noblessa Sverige e Kütchenhaus. Inoltre detiene in Belgio una partecipazione di minoranza in una catena di negozi che vende cucine a marchio èggo ed una quota di maggioranza nella rete di franchising FBD (Franchise Business Division) con 400 centri cucine a marchio Ixina, Cuisine Plus, Cuisines Références e Vanden Borre Kitchen. La catena FBD opera non solo sul mercato francese e su quello belga, ma è presente anche in diversi Paesi nel Mondo.

Ai fini del calcolo del fatturato di gruppo vanno innanzitutto eliminati i fatturati intragruppo (consolidamento) e successivamente tenere conto dei rapporti di partecipazione (ripartizione). Inoltre, con riferimento alle organizzazioni in franchising, vanno presi in considerazione solo i ricavi da royalties e non anche le vendite.



Tenendo conto di questi principi il fatturato del Gruppo nobilia è stato di 1,228 miliardi di euro, con un incremento di 78 mio. rispetto ai 1,150 miliardi di euro dell'anno precedente o, in termini percentuali, del 6,8%.

4. La fiera aziendale 2016 e la collezione 2017

12.800 operatori del settore da 54 Paesi hanno fatto visita in settembre 2016 alla “Hausmesse”, la nostra tradizionale fiera aziendale. La collezione 2017, presentata in tale occasione, è stata accolta molto bene sia dagli addetti ai lavori che dal mercato.

Il centro espositivo si è presentato nella sua nuova veste, dopo essere stato totalmente rinnovato sia nella struttura che nella sistemazione degli spazi. Sui 4.000 m2 di superficie sono esposti 67 ambienti ed è stato allestito, senza risparmio di risorse, anche un nuovo spazio dedicato al classico ed uno showroom incentrato sul prodotto a marchio Noblessa.

Con il motto “nobilia lascia il segno” la collezione 2017 si concentra in particolar modo su uno dei trend dominanti del nostro tempo, cioè il desiderio dei consumatori di un prodotto il più possibile personalizzato. Grazie ad un ampliamento della gamma di mobili e finiture nobilia apre nuovi orizzonti nella personalizzazione con il Color Concept, dal piccolo dettaglio fino alle grandi superfici. Sette nuovi motivi a stampa digitale consentono di decorare con creatività la nicchia sotto pensile. Dalle piastrelle in stile rétro o patchwork alla muratura e alla lamiera, in perfetto look dal fascino industrial.

20 nuove ante permettono di progettare in tutti i segmenti di prezzo e seguendo tutte le tendenze più attuali dell'arredamento e dei materiali, dall'industrial look alla nuova abitabilità, allo chic urbano, alle superfici laccate o in foglio laccato e all'intramontabile classico. Le cucine con la gola Grifflose rimangono sempre un argomento centrale nel settore: con la sua gamma LINE N nobilia ha creato un punto fermo nel mercato e con la collezione 2017 ha aggiunto dodici nuove ante.

Uno dei materiali ormai affermatosi come finitura d'arredo è il cemento. Anche in cucina il fascino industrial è quanto di meglio si possa desiderare. Quando l'anno scorso ha fatto il suo debutto, l'industrial chic del modello Riva in cemento grigio è stato un vero successo. A questo ora si aggiunge la variante in cemento bianco, la cui tonalità calda e discreta consente di arredare la cucina in modo elegante anche in puro stile industriale. Con il Color Concept è inoltre disponibile anche la finitura cemento grigio ardesia.

Un'altra finitura di grande attualità è l'effetto metallico corten del ferro bronzato, ispirato dalle attuali tendenze verso le tonalità rame, bronzo e oro rosé, così presenti tanto nel campo della moda che in quello dell'arredamento di lusso.

Prosegue anche il trend per le superfici opache sia nel laccato che nel foglio polimerico laccato: al best-seller bianco alpino si affiancano i tre nuovi colori uni savana, nero e acqua.

Il desiderio di creare nella propria casa un'atmosfera naturale e confortevole rimane sempre un forte argomento di scelta, al quale diamo risposta con la nuova finitura rovere Halifax. Grazie alla superficie strutturata a poro aperto l'estetica del rovere Halifax È sorprendentemente autentica ed affascinante.

Anche nel segmento delle ante a telaio sono stati inseriti tre nuovi modelli che vanno a completare la gamma sia nello stile Modern Classic, sia nel sempre attuale country.

La linea di confine tra il cucinare, il mangiare e l'abitare diventa sempre più sottile ed evanescente. La nuova vetrinetta Boulevard è un ulteriore elemento di apertura verso il soggiorno, creando nuovi spunti per arredare la cucina ed offrendo nuovi spazi per mettere in risalto oggetti da collezione e d'arte.

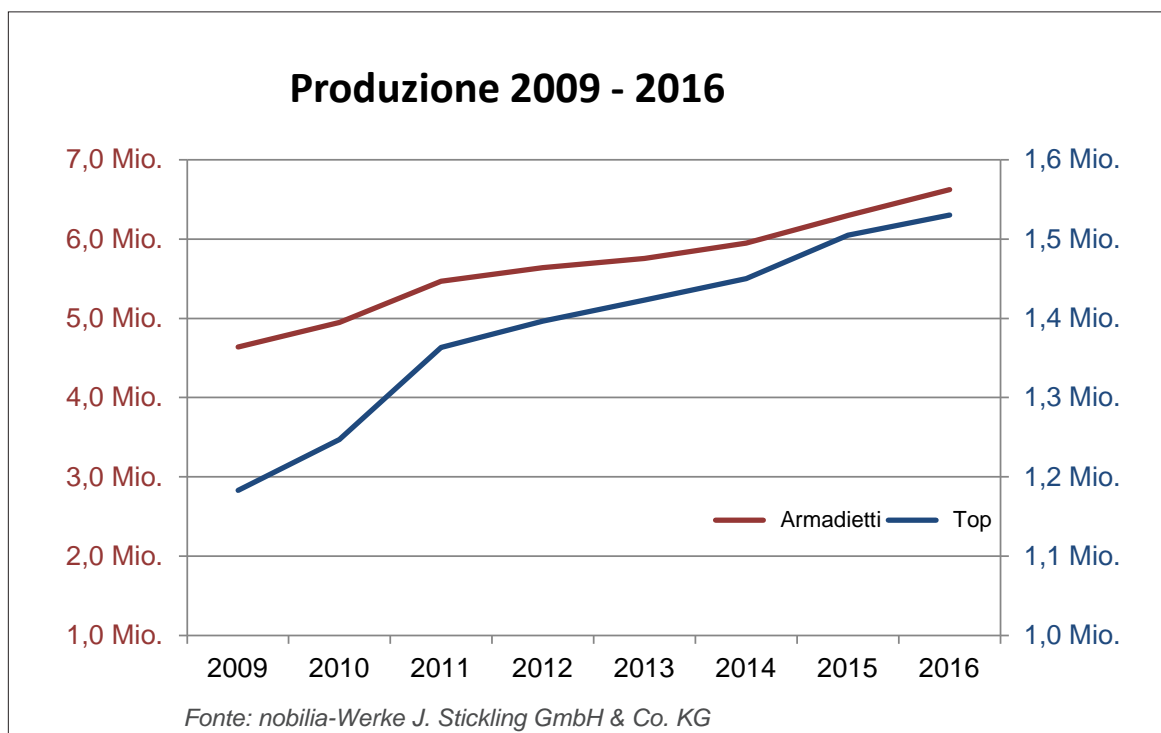
Per gli scaffali ed i pannelli di rivestimento sono stati creati dei nuovi sistemi di illuminazione a LED, dotati ovviamente di tecnologia Emotion, cioè con regolatore di intensità e gradazione.

Sul lato degli elettrodomestici aumenta la diffusione delle cappe integrate nel piano cottura. Seguendo questo trend abbiamo inserito nella gamma le cappe integrate di Airforce e Elica. Ovviamente abbiamo pensato anche a creare le basi da abbinare a questi nuovi elementi, così da poter dare ancora una volta una soluzione completa da un solo fornitore.

La distribuzione ha accolto molto positivamente la nuova collezione. L'elevata entrata ordini di cucine di mostra seguita alla fiera è stato un indicatore più che affidabile del successo che la collezione 2017 sta riscontrando sia presso il trade, sia nel mercato.

5. Produzione e investimenti

Sull'onda dell'incremento del fatturato anch'ella produzione ha fatto registrare nuovi valori record con 660.000 commissioni, circa 6,6 milioni di armadietti ed oltre 1,5 milioni di top.



A fine anno la produzione media giornaliera si attestata 29.700 armadietti, di cui 13.500 prodotti nel nuovo stabilimento di Verl-Kaunitz. Lo stabilimento di Verl-Sürenheide è già da diversi anni al limite della sua capacità produttiva di 16.200 armadietti al giorno, il che significa che ormai solo l'impianto di Kaunitz è stato in grado di sostenere, come negli anni passati, la crescita dei volumi.

Nel 2016 sono stati investiti 51 milioni di euro, concentrati soprattutto sulle strutture tecniche dei due stabilimenti. In quello di Sürenheide sono stati sostituiti impianti obsoleti e consumati, come anche migliorati i processi produttivi.

A Kaunitz stiamo investendo nell'ampliamento della capacità produttiva, in particolare nella lavorazione e finitura degli elementi dei mobili e dei top. Anche qui si è proceduto con l'ottimizzazione dei processi esistenti tenendo conto della crescente complessità del prodotto stesso.

Sempre a Kaunitz è stato realizzato un centro logistico altamente automatizzato per la gestione di materiali e accessori, la cui entrata in funzione è prevista nel primo semestre del 2017.

Altri investimenti sono stati attivati nell'EDP/IT, come anche nel parco autoveicoli con l'acquisto di 20 nuove motrici e 72 nuovi bilici.

6. Tutela dell'ambiente e sostenibilità

Crescita e cambiamento in nobilia sono strettamente legati a sostenibilità e continuità. Come azienda fortemente integrata nel territorio nobilia si sente particolarmente chiamata in causa per garantire nel lungo termine il rispetto di questi principi, tenendo conto in egual misura delle esigenze di carattere economico, ecologico e sociale.

nobilia si sente responsabile verso i clienti, i dipendenti, i prodotti ed i processi. La qualità dei nostri prodotti e dei servizi a questi collegati ha per noi la massima priorità. Il “sistema di gestione integrata per la qualità e l'ambiente” di nobilia è uno strumento orientato al costante miglioramento di tutte le attività e prestazioni. La qualità di prodotto e l'orientamento al consumatore sono fattori di successo essenziali. In questo contesto nobilia da anni si fa certificare i propri sistemi di gestione da enti specializzati indipendenti. La certificazione esterna di conformità agli standard internazionali di qualità, tutela dell'ambiente e gestione energetica è stata rinnovata con successo nel 2016.

Come produttore di 3.000 cucine al giorno nobilia ha un consumo relativamente alto di risorse. nobilia utilizza in prevalenza materiali derivati dal legno, quindi materiali naturali. Questo comporta un uso responsabile delle risorse sotto l'aspetto sia economico, sia ecologico. Quindi anche il circuito delle materie prime fanno parte della strategia aziendale per la sostenibilità. L'impegno di nobilia è certificato in base alla normativa ISO per la gestione energetica ed agli standard PEFC per l'utilizzo di materiali derivati da legno proveniente da colture sostenibili.

Come primo produttore di cucine nobilia ha aderito nel 2016 al “patto per il clima dell'industria del mobile” promosso dal DGM (Deutschen Gütegemeinschaft Möbel, consorzio di garanzia di qualità del mobile tedesco). nobilia con questo dimostra ancora una volta il suo impegno per la tutela dell'ambiente ed il raggiungimento degli obiettivi del governo federale e delle Nazioni Unite. Il patto per il clima del DGM introduce i parametri per rilevare il bilancio di CO₂ di un'azienda, sottoposto ad analisi costante da parte di organi di consulenza specializzati. Accanto alla certificazione ottenuta nel 2013 per il sistema di gestione energetica secondo la normativa nach DIN EN ISO 5001:2011, il bilancio del CO₂ serve anche a trovare in nobilia ulteriori spunti per ottimizzare le fonti di energia e definire nuove misure in azienda rivolte alla prevenzione dei mutamenti climatici.

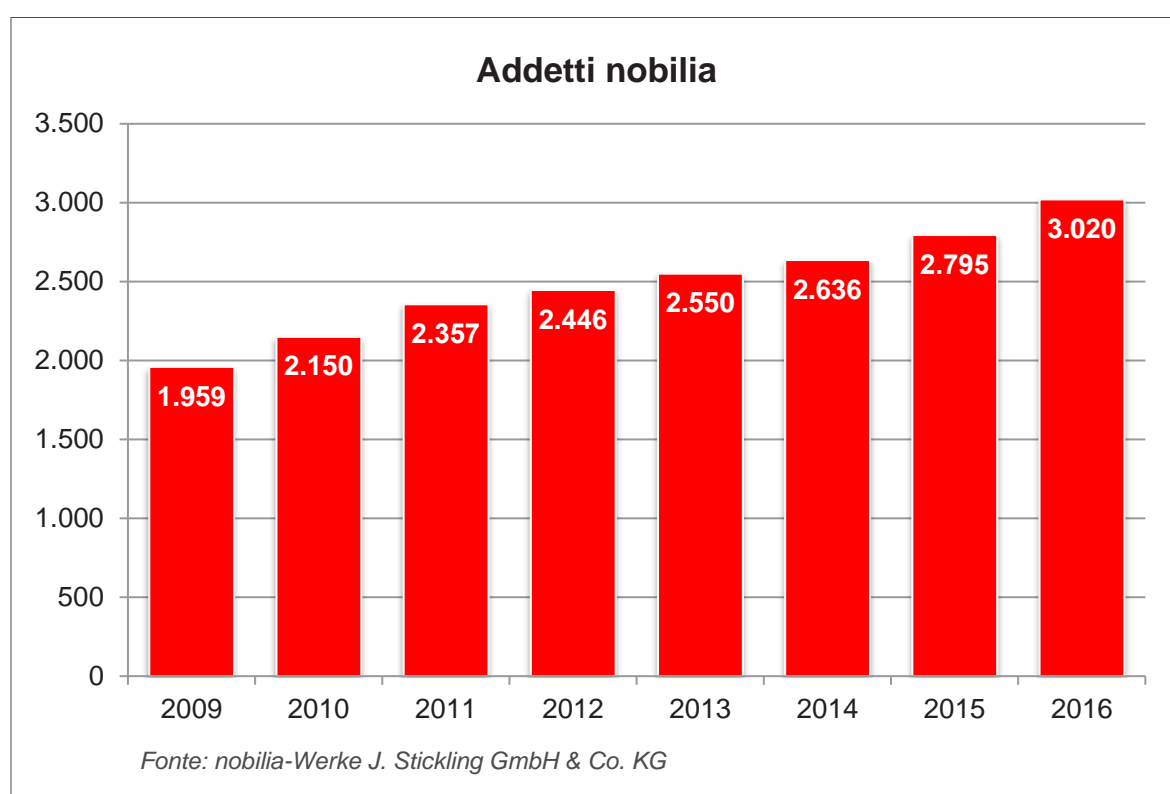
Nell'ambito delle misure di gestione ottimizzata delle fonti di energia anche nel 2016 sono stati elevati i livelli di risparmio energetico. Il consumo in azienda è diminuito dell'1% per ogni armadietto prodotto. Questo importante risultato è stato raggiunto grazie al crescente impiego di illuminazione con LED, il recupero di calore dai compressori e lo sviluppo dei sistemi di misurazione dell'energia. La riduzione del consumo energetico è stata ottenuta in presenza di un aumento del grado di automazione nella produzione, che di regola andrebbe di pari passo con un maggiore consumo.

nobilia da anni ha un proprio parco autoveicoli con il quale è in grado di assicurare l'elevata qualità dei suoi prodotti anche in fase di consegna. Per contenere quanto più possibile l'emissione di CO2 i due terzi delle motrici sono classificate EURO 6. L'addestramento mirato degli autisti ed un sistema di rilevazione telematico contribuiscono a migliorare il comportamento di guida in termini economici ed ecologici. Nell'anno passato il consumo di gasolio per 100 km è sceso dell'1,2%, corrispondente ad un risparmio di 60.000 litri di carburante.

L'impiego responsabile delle risorse comporta anche l'ottimizzazione del circuito di recupero dei materiali come elemento fondamentale della strategia d'impresa rivolta alla sostenibilità. Il sistema di nobilia per lo smaltimento ed il recupero ha consentito nel 2016 di ottenere rispetto all'anno precedente un'ulteriore riduzione del 5% per ogni armadietto prodotto. Questo risultato è stato raggiunto grazie ad un sistema per separare meglio nei materiali e negli imballaggi le componenti che possono essere riutilizzate nel processo produttivo.

7. Personale e formazione

Il numero di occupati è passato dai 2.795 a fine 2015 agli attuali 3.020. Sono state fatte oltre 350 nuove assunzioni per incrementare la consistenza del personale di 225 unità al netto delle normali fluttuazioni. La maggior parte dei neo-assunti è confluita nello stabilimento di Verl-Kaunitz. Nuove assunzioni sono state operate anche nel commerciale e nei trasporti.



Attualmente 119 giovani collaboratori si stanno formando in uno dei dieci profili commerciali e tecnici previsti in azienda. Il loro numero è aumentato rispetto all'anno precedente. Per via della crescente automazione nei processi è ora stato introdotto nel ricco carnet formativo anche un percorso dualistico per il profilo di ingegnere d'azienda.. Dieci collaboratori stanno ora ultimando uno dei tre percorsi dualistici. La combinazione di una formazione pratica in azienda con uno studio accademico consente agli studenti dualistici di conseguire un titolo che gli dia una preparazione adeguata in economia aziendale, tecnica di lavorazione del legno o ingegneria d'azienda.

Nella formazione poniamo particolare attenzione alla combinazione di teoria, pratica ed addestramento, dando altresì la possibilità di integrare il pacchetto formativo con corsi di lingue straniere e stage all'estero. Anche grazie ai corsi interni nostri collaboratori in formazione e studentilavoratori hanno potuto conseguire con successo i diplomi finali in campo commerciale e tecnico ed essere preparati per la futura attività lavorativa. Anche nel 2016 si è potuto offrire a tutti un posto di lavoro nell'azienda.

Grazie all'aumento delle nostre attività sui mercati esteri comunichiamo oggi con i nostri Clienti nel Mondo in ben 20 lingue diverse. La crescente internazionalizzazione richiede non solo nelle aree commerciali ma anche in tanti altri settori dell'azienda competenze linguistiche che diventano giorno dopo giorno sempre più importanti. Per questo nel 2016 è stato varato un programma di corsi di lingue intensivi.

Accanto agli strumenti tradizionali come seminari e corsi di addestramento la formazione più importante avviene nella quotidianità. Gran parte del sapere viene trasmessa attraverso l'esperienza ed il contatto con i colleghi ed i coordinatori. Per questo vengono organizzati costantemente corsi interni, in modo da dare ai collaboratori la possibilità di apprendere e mettere in pratica l'approccio qualitativo al prodotto.

Conseguentemente alle mutazioni di carattere demografico è stato introdotto in alcuni reparti il modello dei posti di lavoro adeguati all'età. Per favorire la conciliazione tra lavoro e famiglia abbiamo aumentato i posti di lavoro Home-Office.

A fine 2016 ogni dipendente ha ricevuto, oltre alla gratifica di Natale, un emolumento extra pari a 1.550 euro lordi. Il costo totale per l'azienda è stato di oltre 4,5 milioni di euro.

8. Previsioni e programmi per il 2017

nobilia nel 2016 è riuscita per il sedicesimo anno consecutivo a proseguire il suo percorso di crescita. Questo sarà l'obiettivo anche per il 2017.

Guardiamo al 2017 con cauto ottimismo. I principali istituti di ricerca stimano per la Germania una crescita tra l'1,3% e l'1,7%. L'elevata propensione al consumo, le basse rendite sul mercato dei capitali e la situazione favorevole dell'occupazione avranno probabilmente effetti positivi sulla dinamica del mercato interno. La domanda verrà sostenuta dall'elevato fabbisogno di spazi abitativi a prezzi accessibili, che stimolerà nuovamente il settore edile. Di questo andamento approfitterà naturalmente anche l'industria tedesca delle cucine componibili per tutto il 2017, facendo però attenzione al fatto che, avendo nobilia una quota di mercato significativa, lo sviluppo non è da ritenersi illimitato.

I mercati esteri presentano invece prospettive molto differenziate. Le previsioni per determinati mercati europei sono decisamente positive anche se bisognerà tenere conto degli effetti imprevedibili di accadimenti politici e conseguenti possibili climi di incertezza che potranno interessare altri mercati dell'area export. Questo riguarda in modo particolare i futuri orientamenti politici ed economici negli USA dopo le elezioni presidenziali oppure le conseguenze del Brexit per la situazione europea e mondiale.

Da valutare positivamente è però anche la constatazione che gli avvenimenti sopra indicati non sembrano avere finora creato incertezze tali da influire sui dati economici. Le previsioni congiunturali indicano pur sempre un'economia mondiale ancora in crescita, sostenuta soprattutto dal consumo dei privati.

In uno scenario così articolato e differenziato l'indipendenza da determinati mercati è un fattore decisivo. La struttura del nostro export, anche davanti a questo quadro, ci lascia comunque ben sperare in una prosecuzione della crescita.

Responsabile rapporti con la stampa:

SONJA DIERMANN

nobilia-Werke

J. Stickling GmbH & Co. KG
Waldstraße 53-57
33415 Verl

Fon: + 49 (0) 52 46 | 508 0
Fax: + 49 (0) 52 46 | 508 130
Mail: info@nobilia.de



nobilia[®]