Uffici Stampa

COMUNICATO STAMPA

Beko: ritardo negli investimenti. Preoccupazione sul rilancio industriale. A gennaio prossimo incontro al Mimit.

Ieri pomeriggio al Ministero delle Imprese e del Made in Italy, in un incontro terminato in serata, la Direzione di Beko ha illustrato la situazione generale di mercato, che è caratterizzata da una piccola ripresa dei volumi ma anche da una contrazione dei prezzi dovuta anche alla concorrenza asiatica, nonché quella aziendale che nel complesso sta subendo una contrazione dei ricavi e delle quote di mercato. Resta il fatto, per noi preoccupante di un andamento del gruppo negativo più di altri a livello europeo.

Beko ha dichiarato di aver speso 49 milioni di euro di investimenti in Italia nel 2025 (che riteniamo segni di un pericoloso ritardo) e che intende confermare l'impegno complessivo assunto nell'accordo sindacale col piano industriale. Quanto alle uscite incentivate, su 1.284 esuberi, compresi i 46 dirigenti, si sono avute 578 uscite; ben 264 persone purtroppo sono in contratto di solidarietà al 90%, addetti alle funzioni di ricerca e sviluppo soppresse, nonché ad altre funzioni quali qualità, supply chain e staff. A Siena inoltre al momento sono usciti 64 lavoratori. Infine Beko ha sostenuto che la ricerca di un investitore per Siena è in corso; ci sono richieste di approfondimento da parte di 9 interessati.

Come sindacato però denunciamo il ritardo negli investimenti e il calo di volumi in tutte le fabbriche italiane, nonché la necessità di migliorare la rotazione e i processi di ricollocazione di chi è pesantemente in cassa. Al contempo abbiamo espresso necessità di accelerare il processo di reindustrializzazione di Siena.

Le risposte di Beko sono state in alcuni casi e in linea di principio positive, in particolare sulla volontà di lanciare nuovi prodotti e sulla necessità di avviare maggiore rotazione per il personale in cassa integrazione. Sulle strategie commerciali la Direzione di Beko ha ammesso le ricadute negative della integrazione delle reti di vendita ed ha annunciato una campagna di marketing nel 2026 per i marchi Whirlpool e Hotpoint.

In ogni caso si tratta di dichiarazioni tutte da verificare nel corso del 2026, che a detta di Beko sarà un anno decisivo. Resta il nostro timore che il calo dei volumi sia dovuto non solo a minori vendite, ma anche ad un disimpegno strategico. Solo un rilancio effettivo degli investimenti ed un rafforzamento della strategia commerciale può fugare questo timore. Analogamente a Siena occorre che si attirino investitori forti dei settori in maggiore sviluppo, poiché sarebbe sbagliato attenderne passivamente l'arrivo.

Sarà decisiva la verifica a gennaio per verificare la fondatezza degli impegni assunti da Beko per il 2026.

Uffici stampa di Fim, Fiom, Uilm, Uglm nazionali

Roma, 18 novembre 2025