

Il 10 maggio 2017 Bosch ha annunciato che Sicam e Beissbarth sarebbero state messe in vendita. Abbiamo parlato dei piani e delle strategie per questo importante passo con Roberto Rossi, Vice President Global del segmento ATW (Around The Wheel) di Bosch.

Come mai Bosch ha preso questa decisione?

Bosch, in un piano di investimenti a medio-lungo termine, ha deciso che il segmento Around The Wheel non è più strategico per l'azienda. Bosch ha piani di sviluppo a 10-20 anni e non vede più legato il mondo automotive alle attrezzature per il servizio pneumatici, bensì all'elettrificazione e alla guida autonoma, aree in cui sta investendo pesantemente e che intende potenziare ulteriormente in futuro.

Da maggio 2017 a fine anno cosa è successo?

Innanzitutto è necessario spiegare cosa accade quando Bosch mette in vendita un'azienda del gruppo: il sistema Bosch prevede prima di tutto di annunciare l'intenzione di voler vendere senza aver iniziato a cercare un acquirente. Questo perché prima di tutto viene la trasparenza verso i dipendenti e il mercato, poi si pensa a tutto il resto. Da giugno in poi è stato intrapreso un processo di carve-out, che ha permesso di separare l'organizzazione e le attività di Beissbarth e Sicam che erano ormai parte integrante del mondo Bosch. È stato un processo lungo e complicato, anche a causa della mole di brevetti e know-how che passeranno di mano. In tale attività siamo stati assistiti da KPMG nel ruolo di consulente. È stata definita una nuova organizzazione, una NewCo. KPMG ha inoltre preparato un dossier, che è stato inviato, a fine 2017, a potenziali investitori interessati nell' automotive.

E ora quali sono i prossimi passi?

Entro febbraio verranno verificate le offerte di acquisto, per poi arrivare a una due diligence, ovvero l'approfondimento della trattativa, con l'obiettivo del closing entro la primavera.

Nel corso dei 10 anni di proprietà Bosch, quali sono stati i cambiamenti maggiori?

È risaputo che Bosch quando acquista un'azienda la trasforma, mettendo in atto una serie di best practices che trasformano tutti i processi. L'attenzione alla qualità, ai dettagli, ai metodi produttivi è assoluta. In tutti gli stabilimenti Bosch la lean production, la filosofia inventata da Toyota che mira a minimizzare gli sprechi fino ad annullarli, è seguita come un mantra. Inoltre l'attenzione all'ergonomia e alla qualità del lavoro sono sempre in primo piano.

Come si presenta oggi la NewCo Sicam-Beissbarth?

Oggi la NewCo è attiva più che mai. Stiamo assumendo persone con esperienza nel settore, che nonostante la situazione particolare hanno deciso di unirsi a noi e al nostro progetto. Le professionalità di un certo spessore solitamente stanno lontano, o addirittura scappano, dalle aziende in vendita. Noi invece le stiamo attraendo e questo è per noi motivo di orgoglio. Inoltre, non abbiamo perso un singolo importatore dall'annuncio ad oggi. Guardando al lato finanziario, i risultati del 2017 sono stati positivi, con una crescita di oltre l'8% sul fatturato. Abbiamo incrementato i risultati sia della top line che della bottom line, facendo crescere quindi anche la redditività. Non abbiamo diminuito di un euro gli investimenti in Ricerca & Sviluppo, anche per il 2018. Abbiamo in programma il lancio di nuovi prodotti a Francoforte. Insomma, l'annunciata cessione non ha cambiato di una virgola i programmi. Continuiamo a lavorare, forse addirittura più presenti di prima.

Cosa succederà con il business dell'aria condizionata Robinair, sempre prodotto a Correggio?

Robinair, di proprietà Bosch dal 2014 grazie all'acquisizione del business automotive di SPX, non è oggetto di vendita. Bosch ha, infatti, riconosciuto che i livelli qualitativi e quantitativi dei prodotti ACS sviluppati a Correggio sono di grande interesse per l'azienda. Il nuovo proprietario riceverà, quindi, un contratto con il quale si impegnerà a produrre la gamma Robinair. In sostanza, Bosch diventerà un cliente del nuovo proprietario di Sicam e Beissbarth.