



Un brand forte per soddisfare ogni esigenza: **Bosch Power Tools realizza un fatturato record**

16 marzo 2021

- ▶ 5,1 miliardi di euro, pari a un incremento del 9%
- ▶ Bosch Power Tools cresce più del mercato, grazie alle innovazioni e a una coerente strategia multi-channel
- ▶ Best Brands Award per i successi nella gestione del marchio
- ▶ Previsioni ottimistiche per il 2021, la sostenibilità come obiettivo

Stoccarda/Leinfelden-Echterdingen – Nel 2020 Bosch Power Tools ha realizzato un fatturato di 5,1 miliardi di euro in più di 190 Paesi. Considerate le variazioni dei tassi di cambio, ciò corrisponde a una crescita del 9% (6% nominale) rispetto all'anno precedente. «Nell'anno 2020, in un ambiente molto dinamico per effetto della pandemia, abbiamo ottenuto un fatturato record. Lo dobbiamo prima di tutto alla fiducia di chi utilizza e acquista i nostri prodotti, ma anche all'impegno dei nostri collaboratori», ha dichiarato Henk Becker, Presidente della Divisione Power Tools. La divisione ha registrato risultati migliori rispetto a quanto inizialmente previsto. Dopo la drastica riduzione del fatturato dei primi mesi, nel secondo semestre si è registrato un netto aumento della domanda dovuto al diverso comportamento d'acquisto per effetto della pandemia del coronavirus.

Crescita di fatturato a due cifre in 30 organizzazioni di vendita

Nel 2020 una trentina di organizzazioni di vendita dell'azienda ha avuto un aumento a due cifre del fatturato. Nel complesso, la divisione in Europa ha registrato un aumento del fatturato del 13% (considerate le variazioni dei tassi di cambio). Nel Nord America Bosch Power Tools ha aumentato il fatturato del 10%, in Sud America del 31%. La regione Asia Pacifico è stata l'unica in cui si è registrato un calo delle vendite. Il fatturato è sceso dell'8% circa rispetto all'anno precedente, per effetto delle limitazioni causate da lockdown, molto più rigide e durature rispetto alle altre regioni. Ad essere colpiti sono stati soprattutto India e ASEAN. I mercati di riferimento per Bosch Power Tools nel 2020 sono cresciuti globalmente del 5%: grazie a questo incremento di fatturato nel complesso l'azienda ha potuto conquistare nuove quote di mercato.

Innovazioni, strategia multi-channel e un brand forte sono i fattori trainanti della crescita

I motivi alla base del risultato nel complesso positivo dell'anno 2020 sono molteplici e possono essere ricondotti a tre fattori: innovazioni dei prodotti rivolti agli utilizzatori, una strategia multi-channel su misura per i target group e il conseguente posizionamento del marchio Bosch.

Già molto prima della pandemia del coronavirus, Bosch Power Tools ha orientato con coerenza le proprie attività, lungo tutta la catena del valore, alle esigenze degli utilizzatori grazie a un setup agile. «Abbiamo affrontato il tema 'agility' molto presto e con molta coerenza. I principi che stanno a monte, come per esempio lavorare in cicli brevi e iterativi, detti Sprint, da noi vengono vissuti e migliorati quotidianamente», ha spiegato Becker. Punto di partenza delle innovazioni è sempre il coinvolgimento tempestivo e duraturo degli utilizzatori. In questo modo, in un ambiente molto dinamico Bosch Power Tools ha collocato con successo sul mercato più di 100 novità. Un particolare highlight dello scorso anno è stato l'ampliamento della gamma a batteria. L'offerta per gli artigiani professionisti, per esempio, si è arricchita di più di 30 nuovi utensili. Da sottolineare in particolare sono gli utensili Biturbo, che raggiungono dimensioni di prestazioni finora ottenute solo con gli utensili a filo. Tra i nuovi utensili, per esempio, figura la troncatrice a batteria Bosch GCM 18V-305 GDC Professional. Anche nei segmenti per gli hobbisti Bosch ha continuato a scrivere la storia di successo degli innovativi prodotti per la casa e il giardino. Come, per esempio, [Atino](#), una livella laser con metro a nastro integrato, che permette di allineare e fissare sulla parete gli oggetti, comodamente e senza bisogno di una seconda persona. Molto pratica è anche la pompa ad aria compressa a batteria [EasyPump](#), che pesa solo 430 grammi ed è particolarmente compatta. Permette di gonfiare pneumatici di ogni tipo e gonfiabili, ovunque ci si trovi, e una volta raggiunta la pressione desiderata si arresta automaticamente grazie alla funzione Autostop.

L'azienda investe già da anni, costantemente, nella digitalizzazione dei processi di vendita e commercializzazione, così come nella flessibilità della sua catena del valore. Partendo da questa base, Bosch Power Tools è riuscita, nonostante le limitazioni dei mesi passati, a rendere possibile in brevissimo tempo consegne dirette ai clienti finali. In questo modo, il settore è riuscito a sfruttare il trend alla digitalizzazione e a partecipare attivamente alla trasformazione in atto. Ciò riguarda sia i canali di vendita sia l'offerta. Così, nell'ultimo anno, gli acquisti online si sono rivelati un fattore di traino della crescita. La loro quota è cresciuta notevolmente e ha rappresentato circa un quarto del fatturato. «Il comportamento di informazione e acquisto dei nostri utilizzatori è cambiato molto rapidamente – e di conseguenza noi abbiamo ampliato sia la nostra offerta digitale di informazioni

e interazione, sia la cooperazione con distributori multi-channel e online», ha osservato Henk Becker.

Nei segmenti per gli hobbisti come in quelli per gli artigiani, Bosch Power Tools mantiene le promesse del marchio con un mix coerente di marketing. Da una parte, il mondo verde è orientato alle esigenze degli hobbisti, che realizzano progetti semplici tra le proprie mura, dedicati a casa e giardino, e che vogliono concretizzare le proprie idee. Il mondo blu, invece, si orienta alle esigenze degli artigiani, per i quali la cosa essenziale è lavorare in modo efficiente ed efficace in cantiere. Il premio conseguito nel febbraio di quest'anno, l'ambito [Best Brands Award 2021](#) nella categoria «Best Brand Overall» sottolinea che questo orientamento corrisponde alle esigenze degli utilizzatori. L'aspetto particolare di questo Award è che il premio viene assegnato sulla base di un sondaggio rappresentativo fra i consumatori del GfK. Determinanti sono stati due criteri: l'effettivo successo economico del marchio («Share of Market») e l'attrattiva del marchio nella percezione dei consumatori («Share of Soul»). Il 72% dei partecipanti ha dichiarato di aver fiducia in Bosch come marchio per gli elettrodomestici: il valore più alto tra tutti i marchi. La soddisfazione per il marchio, inoltre, ha generato anche la più alta disponibilità al cross buying nell'Award. «Per noi questo premio è uno stimolo a proseguire sulla strada che abbiamo intrapreso, orientandoci con coerenza alle esigenze degli utilizzatori, per offrire loro anche in futuro un valore aggiunto percepibile», ha aggiunto Henk Becker.

Previsione ottimistica per il 2021: crescita sulla base di un orientamento sostenibile

Nel contesto di una ripresa dell'economia globale, Bosch Power Tools prevede uno sviluppo positivo anche per l'anno in corso. L'obiettivo rimane quello di crescere più del mercato nei settori e nelle regioni principali. Oltre agli argomenti già affrontati, come l'ampliamento delle piattaforme a batteria e delle offerte digitali, nell'anno 2021 l'azienda si dedicherà con impegno al tema della sostenibilità. «Lavoriamo sistematicamente per migliorare la sostenibilità della nostra catena del valore. Un team, creato appositamente, esamina costantemente misure adeguate e ne assicura l'applicazione in tutto il mondo, per esempio in relazione al riciclaggio di imballaggi ed elettrodomestici». Con l'introduzione di valigette in plastica riciclata nel settore DIY, dal 2019 l'azienda ha già risparmiato 3.000 tonnellate di CO₂. «Al centro dell'attenzione c'è la riduzione nel lungo periodo dell'impronta di CO₂ dei nostri prodotti e la promozione di un'economia circolare», ha concluso Becker. Il primo prodotto in plastica riciclata della linea degli strumenti di misura verrà introdotto già in autunno. Bosch Power Tools contribuisce così alla sostenibilità delle attività commerciali del Gruppo Bosch, che è stato uno dei primi, tra le aziende di tecnologia, a raggiungere già nel 2020 la neutralità climatica nelle sue sedi.

Contatti per la Stampa:

Tel. 02 3696 2014 - 2613

press@it.bosch.com

Bosch Power Tools, divisione del Gruppo Bosch, è uno dei fornitori leader a livello mondiale mondiale di elettrotensili, accessori e strumenti di misurazione. Nel 2020, con i suoi circa 20.000 collaboratori e grazie ai suoi marchi Bosch e Dremel, ha registrato un fatturato di 5,1 miliardi di euro, di cui circa l'85% al di fuori della Germania. Attenzione al cliente e forza innovativa sono i principali fattori di successo. Nel 2021 è previsto il lancio sul mercato di oltre 100 nuovi prodotti nelle quattro aree di business: elettrotensili, accessori, strumenti di misura e elettrotensili per il giardinaggio.

Il Gruppo Bosch è fornitore leader e globale di tecnologie e servizi. Secondo i dati preliminari, grazie ai circa 394.500 collaboratori (al 31 dicembre 2020) nel mondo, impiegati nei quattro settori di business Mobility Solutions, Industrial Technology, Consumer Goods e Energy and Building Technology, il Gruppo Bosch ha registrato un fatturato di 71,6 miliardi di euro nel 2020. In qualità di azienda leader nel settore IoT Bosch offre soluzioni innovative per smart home, smart city, Industry 4.0 e mobilità connessa. Inoltre, utilizza la propria competenza nella tecnologia dei sensori, dei software e dei servizi, oltre che nel proprio cloud IoT per offrire ai clienti soluzioni connesse, cross-domain da un'unica fonte. L'obiettivo strategico del Gruppo è quello di fornire soluzioni innovative per una vita connessa che contengano intelligenza artificiale (IA) o che siano state sviluppate o prodotte grazie ad essa. Seguendo lo slogan "Tecnologia per la vita" Bosch, grazie ai suoi prodotti e servizi, migliora la qualità della vita offrendo soluzioni innovative in tutto il mondo. Il Gruppo è costituito dall'azienda Robert Bosch GmbH e da circa 440 tra consociate e filiali in oltre 60 Paesi. Se si includono i partner commerciali e di servizi, la rete ingegneristica, di produzione e vendita di Bosch copre quasi tutti i Paesi nel mondo. La base per la crescita futura della società è la forza innovativa, 73.000 sono i collaboratori Bosch impegnati nella ricerca e sviluppo in circa 126 sedi in tutto il mondo, nonché circa 30.000 ingegneri software.

Maggiori informazioni su www.bosch.com, www.iot.bosch.com, www.bosch-press.it