

## APPLiA Italia 2020

### A CHIUSURA 2020, L'ANALISI DEI TREND PER I SETTORI DEGLI APPARECCHI DOMESTICI E DELLE ATTREZZATURE PROFESSIONALI

Milano, 22 febbraio 2021

Qui di seguito, i focus sui settori rappresentati da APPLiA Italia:

#### **ASSOCAMINI – CAMINI E CANNE FUMARIE**

L'inizio di questa difficile situazione, per quanto riguarda il nostro settore, si è verificato in un momento dell'anno di bassa stagione dove le perdite sono state quindi contenute – indicativamente -15/20% – permettendoci di mantenere quote di fatturato che hanno consentito di salvaguardare il comparto chiudendo l'anno con una leggera positività.

L'ultima parte del 2020 ha visto infatti un impegno di lavoro inaspettatamente consistente, dovuto allo stile di vita delle persone obbligatoriamente più casalingo che le ha portate a dover sfruttare maggiormente il riscaldamento in casa, permettendo quindi alle nostre imprese di chiudere l'ultimo trimestre più positivamente rispetto al 2019.

Il bonus 110% avrebbe potuto ulteriormente agevolare il comparto in alta stagione, senonché il più delle volte l'eccessiva burocrazia per ottenere il beneficio e avviare i lavori di ristrutturazione ha spesso reso le procedure macchinose e complesse per il cliente, agendo quasi più da freno che da volano.

Una complicazione aggiuntiva per questo periodo è da identificare principalmente nel difficile reperimento della materia prima ferrosa che, oltretutto, ha subito un sostanziale aumento di prezzo del 40%. Tale quadro rappresenta un recente e ovviamente non previsto impedimento, che ostacola nell'organizzare le spedizioni, pianificare le rotazioni di magazzino e gestire commesse importanti in un mercato difficile da affrontare e soddisfare.

Auspichando che non ci siano ulteriori chiusure delle attività produttive, possiamo aspettarci un 2021 più favorevole rispetto al 2020.

**Capogruppo: Antonio De Marinis**

## CAPPE ASPIRANTI PER USO DOMESTICO

Il mercato italiano delle cappe da cucina ha registrato nel 2020 un significativo calo a unità e valore (rispettivamente -7,7% e -6,7% – dati GfK). La critica situazione generale, provocata dall’insorgenza della pandemia Covid-19, ha determinato l’applicazione di misure preventive che hanno colpito profondamente il settore delle vendite, in particolare sul canale mobilieri.

Nel dettaglio, i primi due quarter hanno portato a una significativa caduta della domanda, motivata da un’incertezza socioeconomica generale e dagli stringenti protocolli di sicurezza. Il lockdown prolungato ha infatti costretto le persone a rimanere in casa per lunghi periodi e ha portato alla chiusura dei negozi “non-essenziali”, tra cui quelli di arredo e del mondo cucina. La produzione e le vendite sono riuscite però a invertire la tendenza nel corso della seconda metà dell’anno, con risultati molto positivi e con una significativa crescita soprattutto per quanto riguarda l’online – sebbene in Italia rimanga un canale relativamente “marginale” per lo specifico prodotto cappa.

I consumatori infatti, superata la prima fase, hanno cominciato a focalizzarsi sulle soluzioni per la casa, al fine di renderla multifunzionale, più comoda e più accogliente, coinvolgendo anche l’ambiente cucina. L’entusiasmo ritrovato per l’ambiente domestico, e la necessità di renderlo funzionale e confortevole, riteniamo possa perdurare anche nel 2021. È possibile quindi che i consumatori continuino a investire nell’arredo, nel rinnovo e nell’aggiornamento degli spazi in casa, e di conseguenza anche negli elettrodomestici che dovranno rispondere a sempre più crescenti aspettative di efficienza energetica, interconnessione ed estetica accattivante.

**Capogruppo: Francesco Magrini**

## COMPONENTI

Anche le nostre imprese hanno dovuto fare i conti con la crisi sanitaria e con un impatto economico importante e ancora presente. In seguito al lockdown e dopo alcuni mesi di lenta ripresa, ci siamo trovati catapultati in un mercato “affamato” di elettrodomestici. Da fine luglio 2020, mese dopo mese, abbiamo assistito a una crescita a doppia cifra, che ha portato la gran parte delle nostre aziende a raggiungere gli obiettivi pre-Covid per l’anno.

La prima parte dell’anno si è chiusa con perdite del fatturato su base annuale del -20/30%, ampiamente recuperate negli ultimi quattro mesi, performanti in modo eccezionale anche se con molte inefficienze generate dall’intera supply chain e delle limitazioni lavorative imposte dal Covid.

Il primo lockdown ha bloccato il 90% di produzioni e vendite, per vedere poi una ripartenza a maggio 2020 rivelatasi faticosa per le difficoltà legate all’accesso agli ambienti di lavoro. Da fine luglio 2020, il mercato generale dell’elettrodomestico e della componentistica ha iniziato a registrare un aumento della domanda del 30% rispetto allo stesso periodo del 2019, tale da richiedere una non semplice riorganizzazione dell’intera filiera produttiva. Per i primi sei mesi del 2021 continuiamo a prevedere una domanda molto forte e in linea con gli ultimi mesi del 2020. Per la seconda parte dell’anno, i forecast ricevuti da clienti e trend sembrano mostrare un ridimensionamento degli ordini. Chiaramente il risultato finale sarà anche influenzato della situazione legata ai vaccini e al contenimento del virus. Per proseguire su un percorso di crescita, il nostro comparto, oltre ad assicurare fornitura ai clienti e rafforzarne la fidelizzazione, deve inoltre avere ben chiari gli obiettivi su cui puntare in tema di: ricerca e sviluppo e formazione del capitale umano, crescita dimensionale e corretto posizionamento per capacità produttiva, strategie basate su innovazione e flessibilità in risposta alle esigenze dei produttori che garantiscono la resilienza delle proprie catene del valore.

**Capogruppo: Daniele Pianezze**

## **EFCEM Italia – PRODUTTORI ATTREZZATURE PROFESSIONALI PER RISTORAZIONE E OSPITALITÀ**

Il 2020 è stato un anno estremamente difficile per il settore della ristorazione, che ha registrato un calo globale della domanda di prodotti di quasi il 25% rispetto al 2019 – sebbene con importanti differenze tra Paesi, tipologie di utenze e contesti territoriali.

In questo cono d'ombra è partito anche il nuovo anno, manifestando segnali che lasciano presupporre un perdurare della crisi, almeno per una parte ancora significativa del 2021.

Le difficoltà affrontate non hanno minato la determinazione e la volontà di reazione di un comparto che rappresenta un'eccellenza del made in Italy; prova ne è il dinamismo che ha vissuto negli ultimi mesi l'Associazione: Efcem Italia ha registrato nel 2020 l'ingresso di otto nuove aziende, giungendo a un livello di rappresentanza di oltre l'80% del fatturato dell'intero comparto industriale italiano delle cucine professionali. Questo ampliamento dichiara come ci sia sempre più bisogno di collaborazione e rafforzamento collettivo anche per far fronte alle crisi e alle difficoltà.

Tra gli impegni fondamentali che stiamo continuando a portare avanti, c'è il fornire alle aziende indicazioni in merito ai nuovi assetti e ai futuri impatti che la situazione attuale avrà sull'offerta di attrezzature.

Efcem Italia si conferma così come polo culturale del comparto e come realtà di supporto per le decisioni strategiche delle imprese associate.

Sul piano tecnico-normativo proseguono gli importanti temi e i progetti relativi all'etichettatura energetica per alcune fondamentali linee di prodotto del mondo delle attrezzature di cucina e all'elaborazione di nuovi sistemi di lavoro interconnessi, pronti ad accogliere le nuove opportunità in un'ottica di rilancio e ripresa dell'intero settore.

**Capogruppo: Andrea Rossi – ha partecipato Cesare Lovisatti**

## **GRANDI ELETRODOMESTICI**

Il mercato 2020 per il comparto dei grandi elettrodomestici si è svolto secondo fasi ben distinte: il promettente inizio dei primi due mesi è stato bruscamente interrotto dal blocco pandemico, che ha impresso una sensibile regressione sul settore, per assistere poi a una sostenuta ripresa dal periodo estivo, che è andata anche oltre il semplice "rimbalzo" tecnico; l'anno si chiude con il segno più nelle vendite sia a valore (0,8%) sia a volume (0,3%) con il canale retail a controbilanciare le chiusure imposte ai Mobilieri. Complice nella fase di recupero è stata indubbiamente la grande attenzione dedicata dal consumatore all'ambiente domestico (cottura, igiene, conservazione del cibo) coniugata ad una contrazione delle spese su altre voci. Il maggior tempo passato in casa ed un maggior utilizzo degli elettrodomestici hanno portato a nuove esigenze sfociate sia nell'acquisto di apparecchi nuovi che nel replacement con prodotti più performanti e innovativi.

Nel comportamento d'acquisto, è stato osservato un energico aumento delle performance dell'online nel periodo marzo-aprile (con picchi del +45%), anche se non sono affatto da trascurare i risultati dei canali tradizionali, in particolare dei negozi di prossimità che, meno vincolati dalle limitazioni degli esercizi di grandi superfici, hanno sostenuto attivamente le vendite. Dimostrazione che per il bianco, se ben "raccontato" e supportato, il canale fisico rimane un importante veicolo per la creazione di valore.

Per quanto riguarda il 2021, ci aspettiamo che per i primi 6-8 mesi possano proseguire un trend positivo, con innovazione e connectivity alla base delle scelte d'acquisto dei prodotti. Per il prosieguo dell'anno incideranno inevitabilmente le variabili legate alla situazione Covid-19.

**Capogruppo: Lorenzo Comaschi**

## PICCOLI ELETRODOMESTICI

Prosegue l'andamento positivo per il settore dei Piccoli elettrodomestici: dopo le significative performance osservate nel 2019 (+1,4% a volume e +6,3% a valore), nel 2020 si registrano numeri di assoluto rilievo, con l'ulteriore conferma di una crescita maggiore a valore che a volume (rispettivamente +19,4% e +13,3%).

Tale quadro, inserito nel contesto di un anno segnato dalla pandemia e dalle relative limitazioni, denota un'attenzione continua e crescente dei consumatori nei confronti dell'ambiente domestico, così come della qualità e della prestazione dei prodotti – esigenze che le aziende hanno saputo intercettare trasversalmente su tutti i segmenti.

Gli ottimi risultati coinvolgono, infatti, tendenzialmente tutti i comparti – dall'ambito cucina alla cura della persona e della casa –, dal momento che il dover rimanere per molto tempo all'interno delle proprie abitazioni ha risvegliato in modo sensibile il bisogno di elettrodomestici che rendano la casa un ambiente sicuro per la salute personale e, allo stesso tempo, un luogo piacevole e confortevole da vivere.

La positività del settore si è registrata sostanzialmente lungo tutto l'anno, sostenuta in particolare dalla crescita dell'online, capace di compensare più che abbondantemente i vincoli vissuti dai canali tradizionali. Il peso dell'online è arrivato così a costituire quasi il 40% del volume di affari totale del settore (era poco più del 26% nel 2019).

Ci attendiamo che per il primo semestre del 2021 prosegua l'attenzione manifestata per il mondo della casa e per i piccoli elettrodomestici; il risultato di fine anno, tenuto peraltro conto delle ottime performance del 2020, dipenderanno altresì dall'evoluzione e dalla capacità di gestione della pandemia.

**Capogruppo: Ciro Sinatra**

## SCALDA-ACQUA ELETTRICI

Il 2020 è stato un anno sicuramente instabile: iniziato positivamente, ha visto un declino nel periodo marzo-maggio, per assistere poi a una ripresa e accelerazione continuativa da settembre, permettendo di recuperare gran parte della perdita accumulata nella prima parte dell'anno e chiudendo con un leggero segno negativo rispetto al 2019.

Lo stare in casa e il poter realizzare un impianto di riscaldamento a prezzi contenuti grazie agli incentivi ha permesso una crescita della domanda. In particolare, la termoidraulica ha beneficiato dell'ecobonus 65% e 50% e dello sconto in fattura, agevolazioni che hanno incoraggiato le persone a realizzare interventi nella propria abitazione.

Una generale positività è riscontrabile sul mercato europeo, per cui si può parlare di una complessiva tenuta del mercato e un recupero generalizzato del continente dopo l'arresto di marzo-maggio.

Il mondo della casa è ampiamente ripartito, con un impatto positivo sui vari canali di vendita e con un focus specifico sul mondo della connettività: vivere maggiormente in casa e il dover prestare attenzione alla manutenzione e agli eventuali guasti ha permesso, soprattutto nell'ultima parte anno, di focalizzare l'interesse su prodotti più performanti e interconnessi, che possono essere collegati, gestiti e assistiti in remoto. Questo è un trend importante, per noi e per tutto il sistema del comfort domestico, nonostante le difficoltà attuali legate al trasporto e approvvigionamento dei componenti stiano recando notevoli difficoltà.

La previsione di andamento del 2021, almeno per il mercato Italia, è positiva, con un ripreso slancio promettente che riguarda il domestico nella sua interezza. Importante anche il ruolo svolto dagli incentivi che, se verranno riconfermati anche per gli anni prossimi, potranno dare ulteriori spinte al mercato.

**Capogruppo: Mario Salari**

## **UNICALOR – APPARECCHI DOMESTICI PER RISCALDAMENTO A BIOMASSA**

Diversamente delle aspettative iniziali, il 2020 non si è rivelato un anno negativo. Il primo lockdown ha causato un inevitabile forte rallentamento sia per le vendite che per la produzione, dal momento che le aziende e i rivenditori sono stati soggetti a chiusura e il mercato si è arrestato. Dal periodo estivo in poi, abbiamo assistito a una sostenuta ripresa, riuscendo a recuperare – almeno per quanto riguarda la maggior parte delle aziende in Italia – il fatturato perso nei mesi di fermo.

Possiamo ragionare similmente anche per l'estero: soprattutto i mercati di lingua tedesca hanno registrato alla fine chiusure positive a doppia cifra. La spiegazione di questo fenomeno si ritrova nell'imposizione di dover rimanere in casa e, vivendo in modo maggiore la propria abitazione, le persone hanno speso più sensibilmente per l'ambiente domestico.

Soprattutto durante l'iniziale fase dopo il primo lockdown, ci sono state inevitabilmente meno visite nei punti vendita fisici. A tale minore affluenza, tuttavia, corrisponde un'alta percentuale registrata per le chiusure d'ordine: chi entrava nei punti vendita era l'utente interessato a comprare e non a chiedere solamente informazioni, dal momento che le restrizioni in vigore sugli spostamenti da casa hanno indebolito il flusso di persone non motivate all'immediato acquisto. Il nostro settore, infatti, vive più dei canali di vendita tradizionali e non risente particolarmente delle azioni online: i nostri prodotti richiedono anche un servizio di installazione con una serie di procedure e operazioni realizzate puntualmente per la sicurezza degli utenti. Il cliente, quindi, ha bisogno di una relazione diretta con il venditore per chiudere l'acquisto e di uno specialista che dovrà recarsi comunque all'interno della casa.

Il 2021 sembra essere un anno promettente, anche se è necessario del tempo per meglio poterlo definire. È molto probabile che il pubblico presterà ancora attenzione alla propria casa e le incentivazioni (il bonus 110%, così come lo sconto in fattura e le detrazioni del 50%) creano movimento di mercato e interesse nei prodotti delle nostre aziende.

### **Capogruppo: Fabio Forte**

APPLiA Italia  
Benedetta Salvadeo  
Communication Manager  
Tel.02.43518828  
e-mail: benedetta.salvadeo@applaitalia.it

Press Office:  
ALAM PER COMUNICARE  
Tel. 02.3491206  
e-mail: alam@alampercomunicare.it

\*\*\*

APPLiA Italia è l'associazione Confindustriale che riunisce le imprese operanti in Italia nel settore degli apparecchi domestici e attrezzi professionali. Il settore ha dato origine a un fatturato complessivo pari a oltre 16 miliardi di euro, di cui più di 10 miliardi relativamente all'export (registrando un contributo netto alla bilancia commerciale superiore ai 6 miliardi di euro). Con una produzione nazionale annua che supera i 20 milioni di apparecchi, con oltre 35.000 posti di lavoro diretti e più di 100.000 addetti nell'indotto, l'intero comparto si conferma da sempre un'eccellenza del made in Italy, vantando un know how di alto livello, un'efficiente filiera di componentistica e prodotto finito, nonché investimenti in ricerca e sviluppo con pochi eguali nel mondo. APPLiA Italia è integrata nella rete europea di associazioni di categoria che costituiscono APPLiA (Home Appliance Europe) per gli elettrodomestici, EFCEM (European Federation of Catering Equipment Manufacturers) per gli apparecchi professionali per ristorazione e ospitalità ed ECA (European Chimneys Association) per il settore dei camini e le canne fumarie.