

Il valore della filiera degli elettrodomestici per la competitività e la transizione sostenibile e circolare del Paese



Obiettivi del Position Paper 2024

1. Individuare gli elementi distintivi che caratterizzano lo **scenario di riferimento** del settore degli elettrodomestici in Italia
2. Mettere in evidenza il **valore generato dall'industria degli elettrodomestici per il Paese**, ricostruendo la filiera attivata sui territori, l'indotto economico e occupazionale generato e la strategicità della filiera per il Made in Italy
3. Qualificare i **principali driver di sviluppo** per la filiera degli elettrodomestici, a partire dalla crescente spinta verso **sostenibilità, circolarità e innovazione**
4. Analizzare il contributo dell'industria degli elettrodomestici per la **transizione sostenibile e circolare** dell'Italia, quantificando l'impatto del settore sul **risparmio energetico**
5. **Comunicare e diffondere i risultati chiave** del lavoro sul valore generato dall'Industria degli elettrodomestici

Struttura metodologica e attività



(*) Attraverso la realizzazione di interviste, Tavoli di Lavoro dedicati e una survey *ad hoc*.

Le interviste riservate con gli stakeholder di riferimento della filiera

- **Nicola Belpietro** (Direttore commerciale, Sabaf) Italia, Electrolux Appliances)
- **Daniele Grassi** (Vice President Home APPLiAnces Division, Samsung)
- **Paolo Lioy** (Presidente, APPLiA; Amministratore Delegato, Whirlpool Italia & Iberia)
- **Danilo Papa** (Sales manager, Area vendite, Zoppas)
- **Daniele Pianezze** (Head of home APPLiAnce components, APPLiA Italia; Area sales manager, Copreci)
- **Andrea Scozzoli** (Chief Corporate Development, Unieuro)
- **Stefano Pasini** (General Manager e Head of Sales Italia, Electrolux Appliances)
- **Enrico Hoffmann** (Chief Corporate Development, BSH Italia)
- **Lorenzo Comaschi** (Commercial Director, Miele)
- **Maurizio Infantino** (Direttore mercato Italia e Europa, Bertazzoni spa)
- **Nadia Carbonaro** (Responsabile Ambiente e Energia, APPLiA Italia)
- **Guido Bertelli** (Direttore Commerciale Italia, SMEG)
- **Daniele Grassi** (Vice President Home Appliances Division, Samsung Electronics Italia)
- **Christian Mili** (Direttore Tecnico, BSD SpA)

I messaggi chiave dello Studio (1/2)

1. Stiamo affrontando un periodo senza precedenti, in cui si sono verificati **17 fattori di crisi** che non si erano mai manifestati contemporaneamente nell'arco di pochi mesi. In questo contesto, **l'Italia mantiene un buon dinamismo**: nell'ultimo biennio il PIL italiano ha sempre superato le previsioni, **anche se le prospettive di crescita appaiono in rallentamento**
2. I **consumi** rappresentano il **60%** del PIL italiano e sono un elemento chiave per la ripartenza. Sono tuttavia **stagnanti da più di 10 anni** e le **spese comprimibili** (di cui gli elettrodomestici fanno parte) rischiano di subire un'ulteriore contrazione, a causa del calo del potere d'acquisto degli italiani
3. Nonostante i consumi degli italiani siano inferiori rispetto al periodo pre-pandemico, il trend per il settore degli elettrodomestici appare in controtendenza: tra il 2019 e il 2022, **la spesa per elettrodomestici è cresciuta mediamente del 34%**. A partire dal 2023, c'è stata una battuta d'arresto, con un **andamento a volume in calo** sia per grandi (-1,8%) che per piccoli elettrodomestici (-1,4%)
4. La filiera estesa degli elettrodomestici ha un peso economico e sociale per il Paese largamente più alto di quanto non venga percepito. Nel 2022 ha generato **114,0 miliardi di Euro** di fatturato e **20,1 miliardi di Euro** di Valore Aggiunto, pari a circa l'**1%** del PIL italiano
5. Con **6,8 miliardi** di Euro, l'Italia è il **3° Paese UE** per valore di esportazioni di elettrodomestici, contribuendo al **12,3%** dell'export totale europeo. È anche il **2° Paese UE** per esportazione di componentistica, con **3,8 miliardi** di Euro pari al **15%** delle esportazioni totali dell'UE. Complessivamente, **l'Italia è il secondo Paese UE per esportazioni nella filiera core degli elettrodomestici**, con un valore pari a **~11 miliardi di Euro**

I messaggi chiave dello Studio (2/2)

6. Circa il **70%** degli operatori del settore riconosce alcuni **elementi distintivi** all'industria degli elettrodomestici italiana: **qualità, artigianalità e know-how**. A livello internazionale tale distintività è percepita in maniera differenziata a seconda del mercato di sbocco: in **Nord America e in Asia il valore del Made in Italy viene maggiormente percepito**
7. Il settore degli elettrodomestici sta affrontando **alcuni fattori di crisi**, con impatti diretti sul business: **9 operatori su 10** hanno sperimentato una **contrazione duratura dei volumi** di vendita e i consumatori preferiscono **prodotti meno costosi** per difendersi dell'inflazione. Per rimanere competitivi è cruciale puntare su **innovazione** e sviluppo dei **canali online**
8. La sostenibilità ambientale è la **principale opportunità di sviluppo** nel settore degli elettrodomestici, con **un terzo delle aziende** che pensa di investire fino al **10%** del totale del proprio budget
9. Grazie alla **sostituzione** in ottica **efficiente** del parco elettrodomestici italiano è possibile abilitare **risparmi energetici** fino a **14 TWh** annui, con una **riduzione delle emissioni di CO₂** fino a **4,7 milioni di tonnellate** l'anno, per un **beneficio economico** complessivo fino a **3 miliardi di Euro** annui
10. Per sostenere la competitività del settore degli elettrodomestici, TEHA ha identificato quattro ambiti di intervento:
(i) creare una **nuova cultura dell'elettrodomestico**; (ii) **sostenere l'acquisto** di prodotti di qualità ed efficienti **da parte delle famiglie meno abbienti**; (iii) promuovere **sinergie tra gli operatori di tutta la filiera estesa**;
(iv) **sostenere la produzione** di prodotti sostenibili ed efficienti per promuovere la competitività dell'industria nazionale

Messaggio 1

Stiamo affrontando un periodo senza precedenti, in cui si sono verificati **17 fattori di crisi** che non si erano mai manifestati contemporaneamente nell'arco di pochi mesi

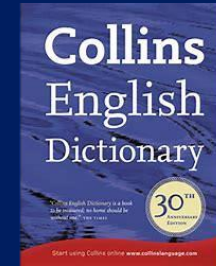
In questo contesto, **l'Italia mantiene un buon dinamismo:** nell'ultimo biennio il PIL italiano ha sempre superato le previsioni, **anche se le prospettive di crescita appaiono in rallentamento**

Ci sono 17 fattori di crisi congiunturale, che non si erano mai verificati prima contemporaneamente nell'arco di pochi anni



«PERMA-CRISI»

«una condizione di crisi permanente,
caratterizzata dal **susseguirsi** e
sovrapporsi di situazioni d'**emergenza**»

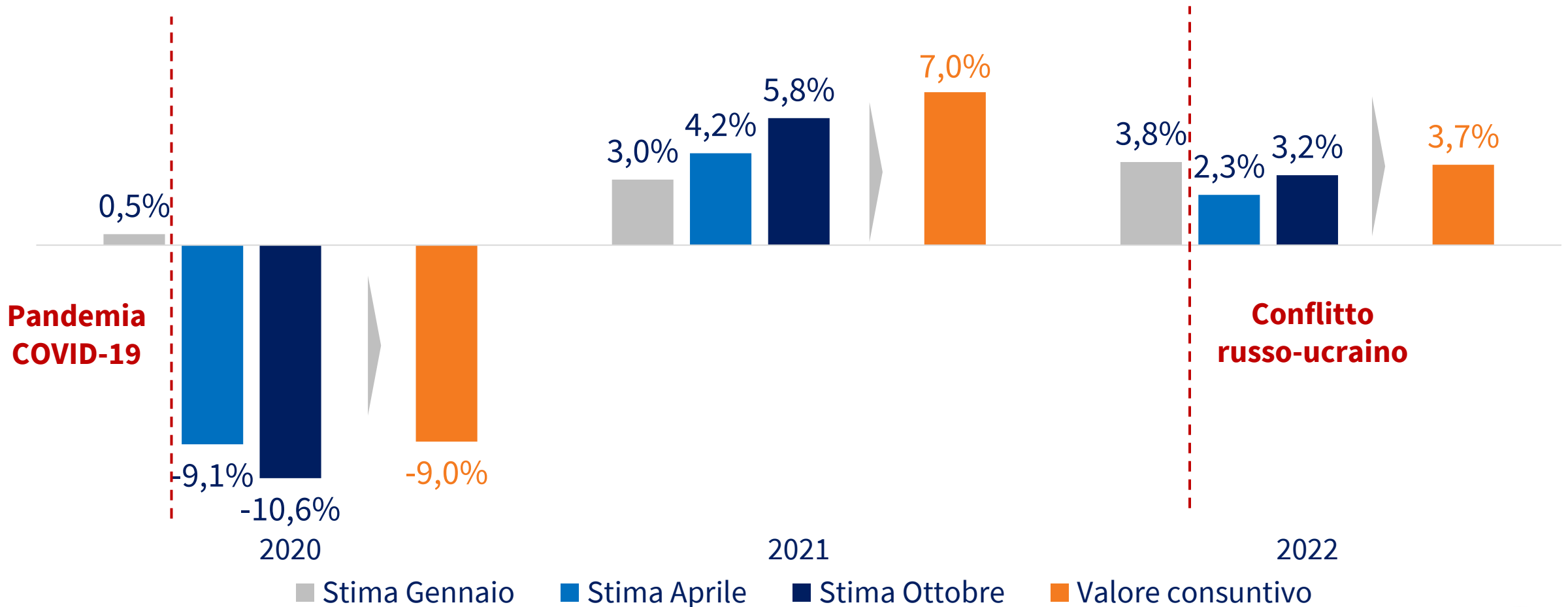


Nominata **parola dell'anno**
2022 dal dizionario Collins

Humus fertile per la **creatività** degli **imprenditori** italiani,
campioni del mondo in gestione delle “perma-crisi” in quanto
inguaribili “**perma-innovatori**” e “**perma-ottimisti**”

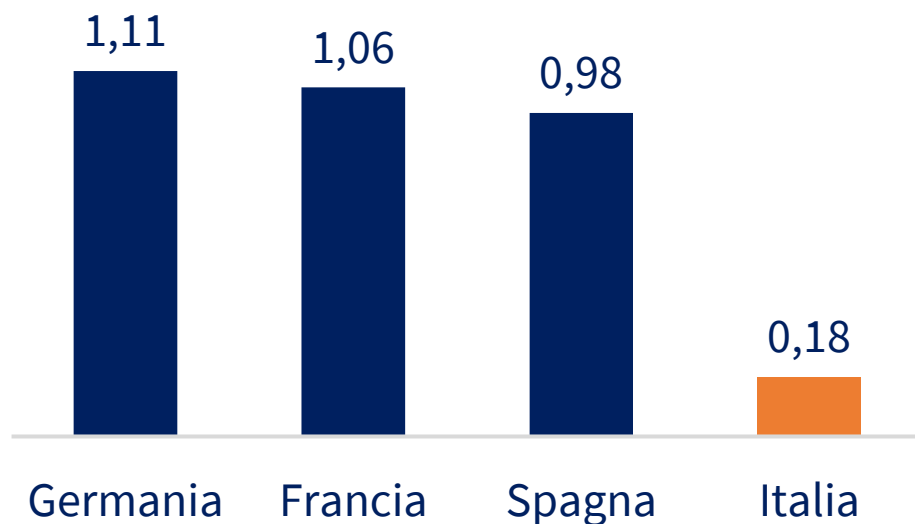
Nell'ultimo biennio, il PIL italiano a consuntivo ha sempre superato le previsioni di crescita rilasciate in corso d'anno dall'IMF

Tasso di crescita PIL reale in Italia, stimato e a consuntivo
(var. %), 2020-2022

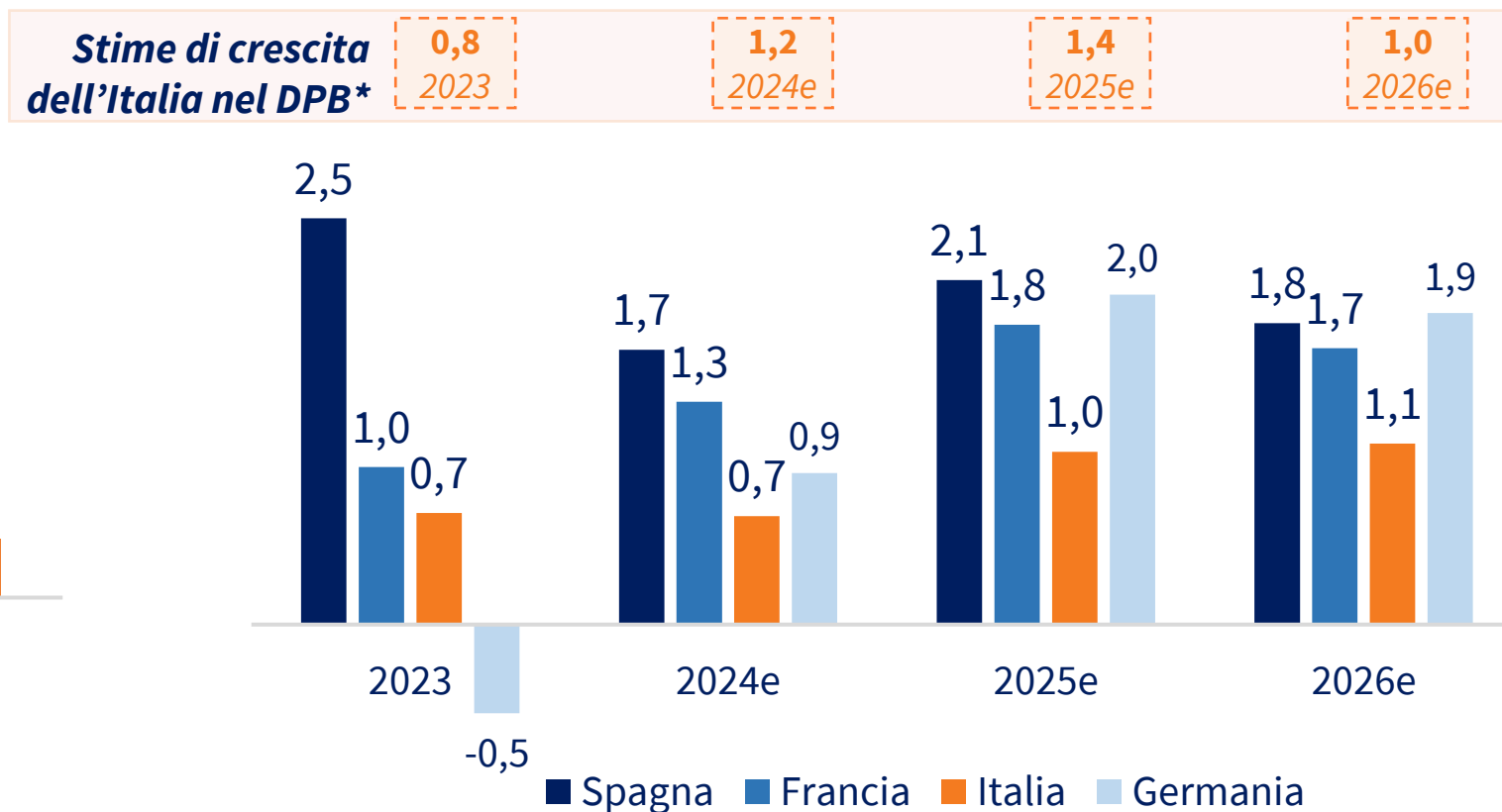


Dopo la ripresa del 2022, le prospettive di crescita economica per l'Italia appaiono in rallentamento

Tasso di crescita del PIL in alcuni Paesi europei
(%, a prezzi costanti), media 2012-2022



Crescita del PIL reale in alcuni Paesi europei
(var. %), 2023-2026e



Messaggio 2

I **consumi** rappresentano il **60%** del PIL italiano e sono un elemento chiave per la ripartenza. Sono tuttavia **stagnanti da più di 10 anni** e le **spese comprimibili** (di cui gli elettrodomestici fanno parte) rischiano di subire un'ulteriore contrazione, a causa del calo del potere d'acquisto degli italiani.

Se il Paese vuole tornare a crescere non può dimenticarsi della rilevanza dei consumi...

LA DEFINIZIONE DI PRODOTTO INTERNO LORDO

$$\triangle \text{ PIL} = \triangle \text{ CONSUMI} + \triangle \text{ SPESA PUBBLICA} + \triangle \text{ INVESTIMENTI} + \triangle \text{ BILANCIA COMMERCIALE}^*$$

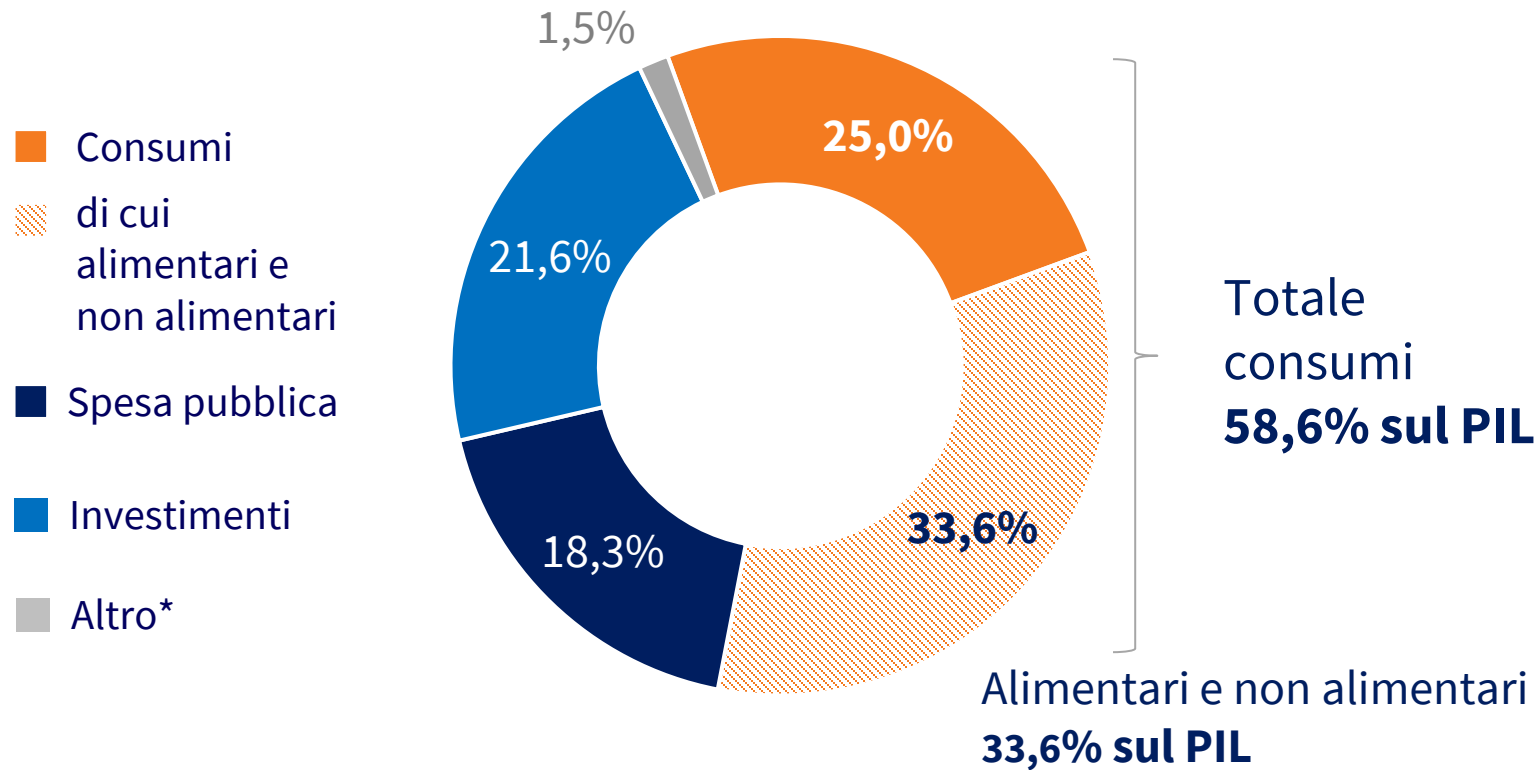
In Italia la **spesa pubblica** e gli **investimenti** sono **fermi da anni** mentre la **bilancia commerciale** è l'unico fattore in crescita

Senza far ripartire i consumi, alimentari e non alimentari, è molto difficile che il Paese torni a crescere!

(*) Differenza tra esportazioni di beni e servizi ed importazioni di beni e servizi

Se il Paese vuole tornare a crescere non può dimenticarsi della rilevanza dei consumi, che rappresentano il 60% del PIL italiano

Composizione del PIL in Italia
(valori %), 2023



I consumi in beni alimentari e non alimentari** spiegano il **33,6%** del PIL e il **43,8%** dei consumi totali

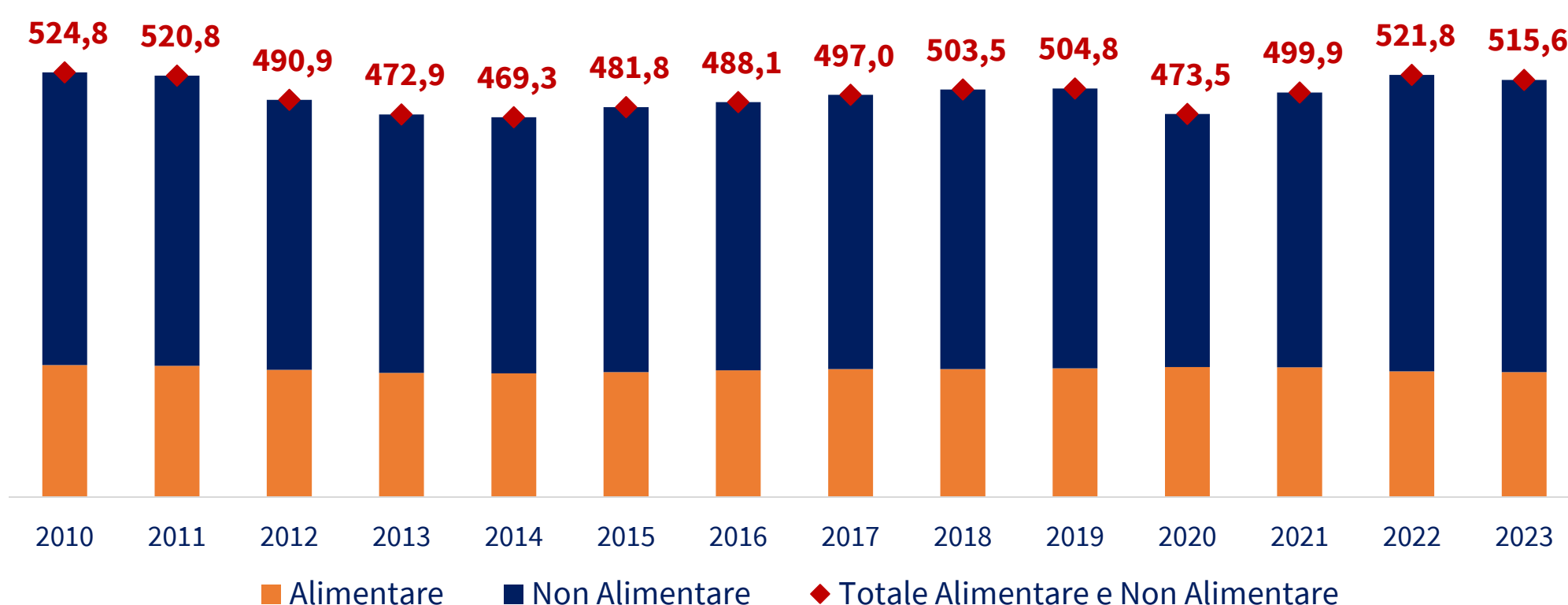
(**) Non sono inclusi i consumi in servizi (sanitari, assistenziali, telecomunicazioni, utilities, ecc.).

(*) Differenza tra esportazioni di beni e servizi ed importazioni di beni e servizi.

Fonte: rielaborazione TEHA Group su dati Istat, 2024

Tuttavia, i consumi delle famiglie italiane sono stagnanti da oltre un decennio

Andamento dei consumi alimentari* e non alimentari delle famiglie italiane (valori assoluti in miliardi di Euro, prezzi concatenati all'inflazione), 2010 - 2023



CAGR** 2010-2019

-0,5%

Var.% 2020-2021

+5,6%

Var. % 2021-2022

+4,4%

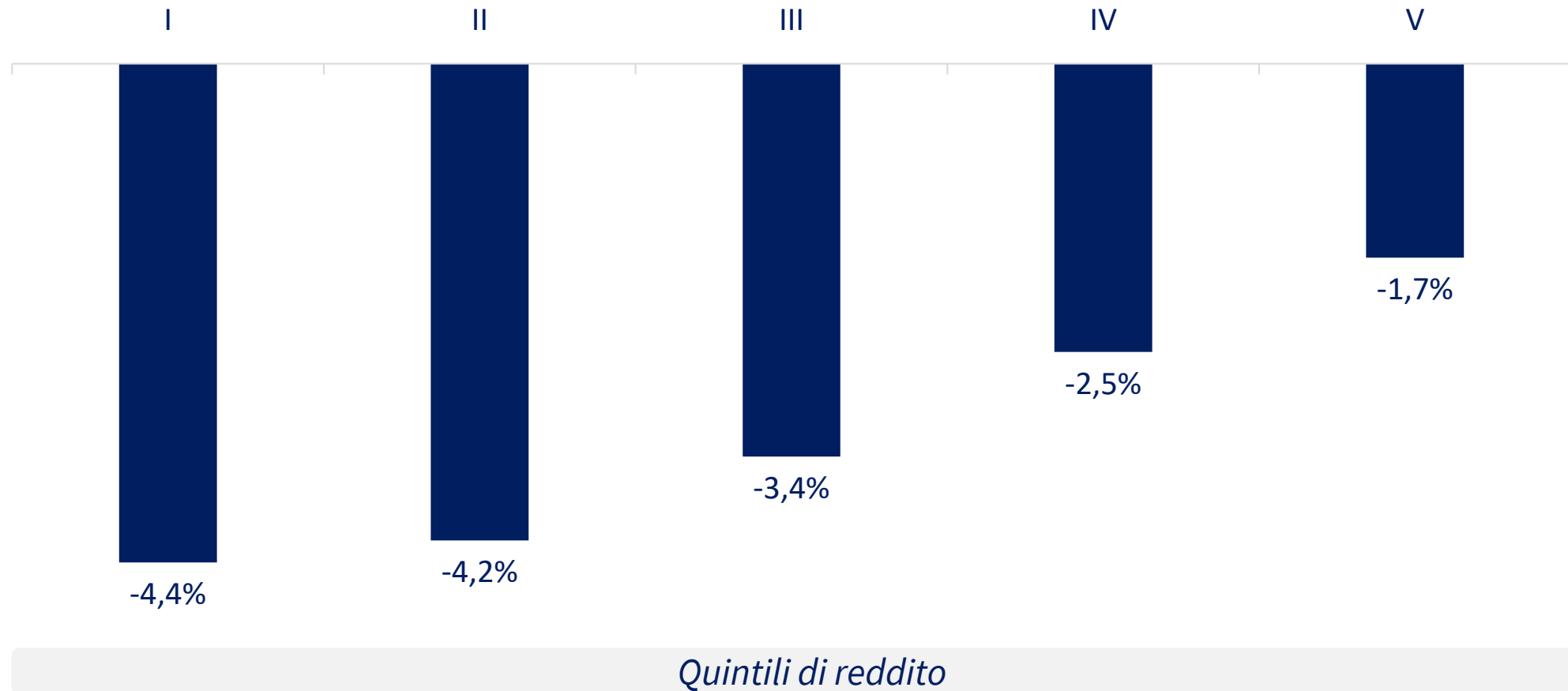
Var. % 2022-2023

-1,2%

(*) Esclusa la ristorazione. (**) CAGR: Tasso medio annuo di crescita composto.

La crisi attuale rischia di frenare ulteriormente i consumi, a partire da quelli delle famiglie meno abbienti...

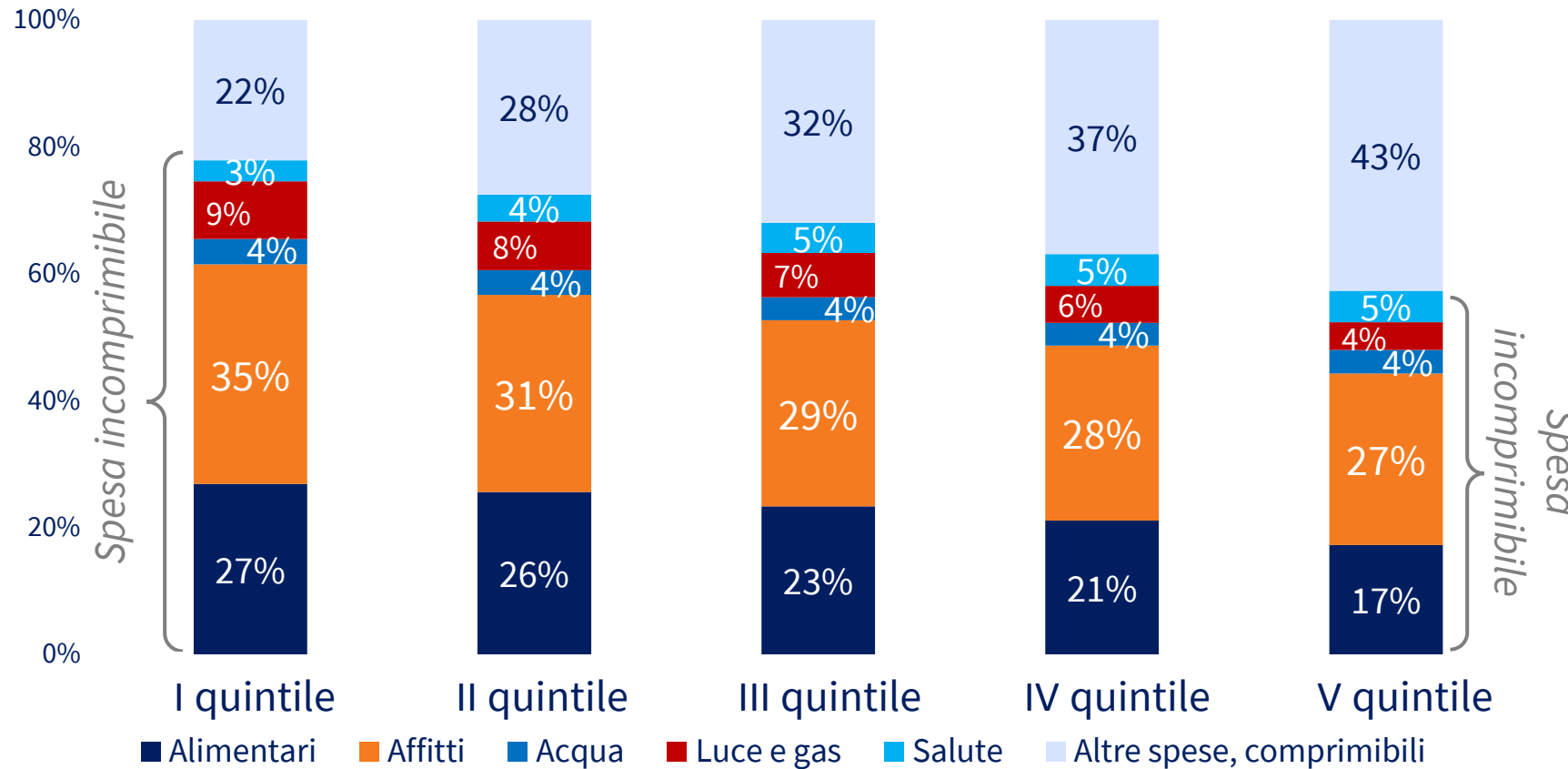
Variazione del reddito disponibile per spese out-of-pocket*, per quintili
(Var. tendenziali mensili), settembre 2023 vs. settembre 2022



(*) Trasporti; comunicazioni; ricreazione, spettacoli e cultura; istruzione; servizi ricettivi e di ristorazione; mobili e articoli per la casa, ecc
Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Banca d'Italia e Istat, 2024

...generando effetti asimmetrici: la spesa incompressibile pesa 20 p.p. in più sul bilancio familiare del quintile più povero rispetto al più ricco...

Distribuzione della spesa delle famiglie italiane per quintili
(% sul totale), 2022



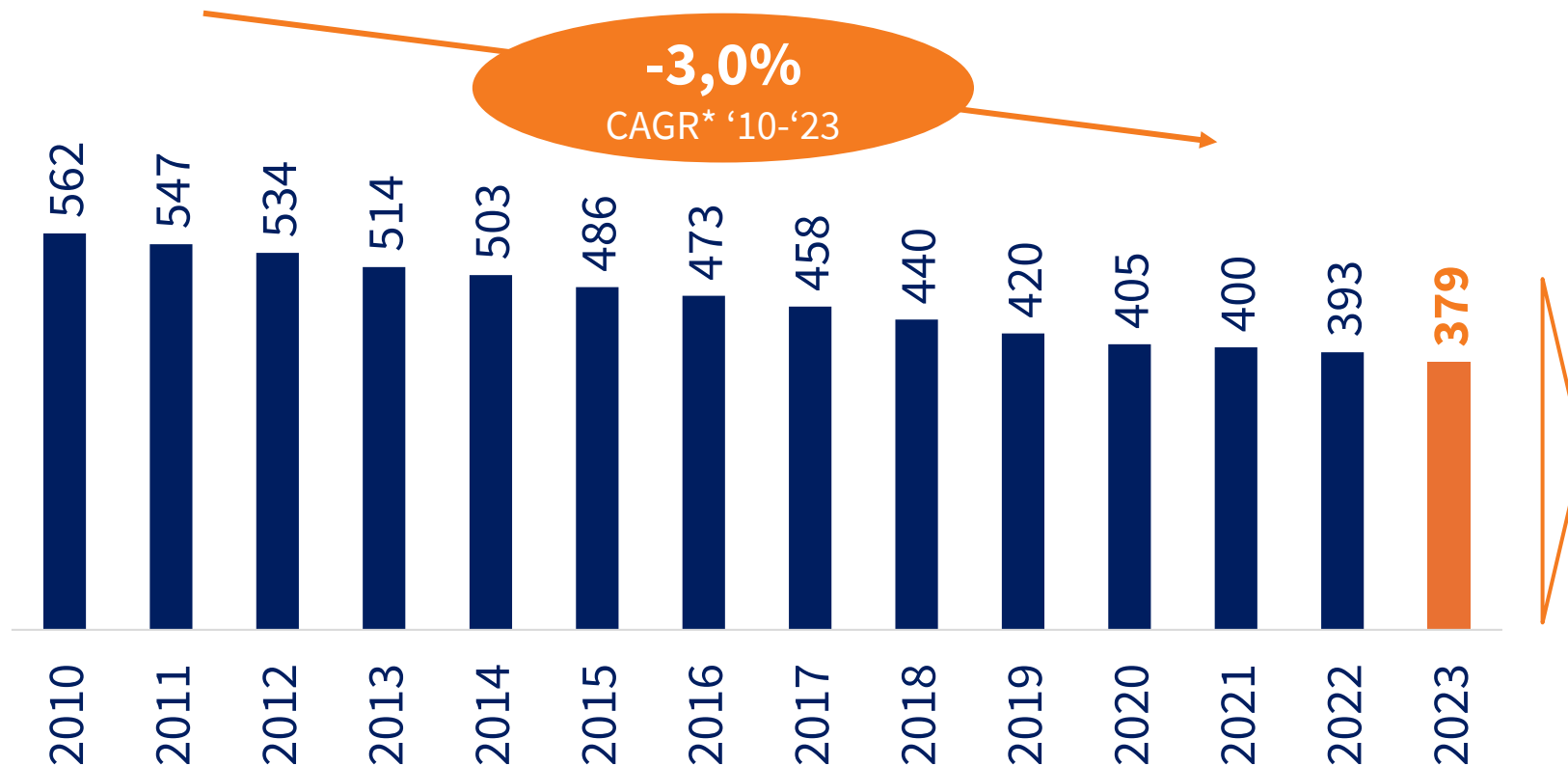
Per le famiglie nel quintile a più basso reddito, il **78% della spesa è incompressibile** (vs. 57% delle famiglie a reddito più alto)

L'impatto asimmetrico dell'inflazione sulla spesa delle famiglie deve essere monitorato con attenzione dalle aziende della filiera degli **elettrodomestici**: la maggior parte della spesa in elettrodomestici rientra nella categoria delle cosiddette “**spese comprimibili**” e rischia pertanto di subire contrazioni

In questo contesto si inserisce anche l'**evoluzione demografica** del Paese, che prevede una **diminuzione del numero di consumatori** nei prossimi anni e di cui le aziende della filiera non possono non tenere conto

In questo contesto si inserisce anche l'evoluzione demografica del Paese: negli ultimi anni stiamo assistendo ad un progressivo declino della natalità

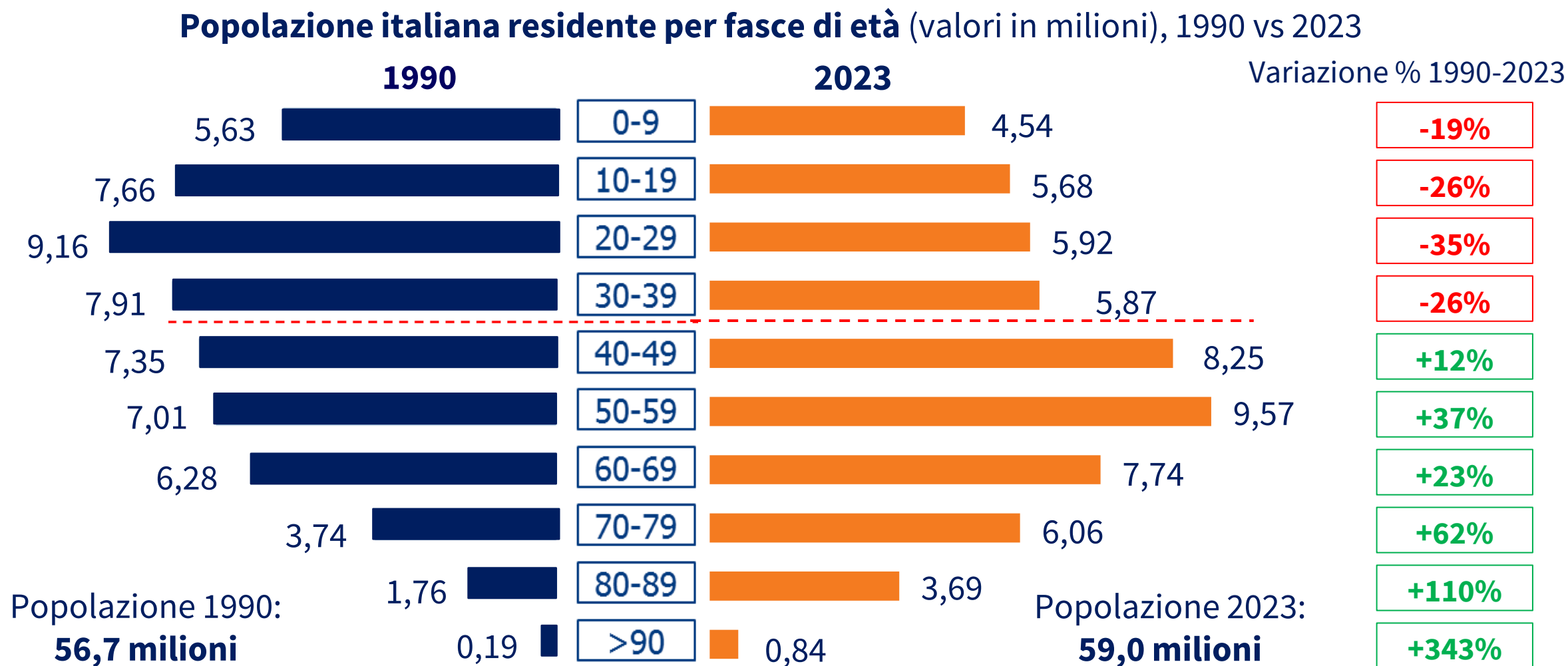
Andamento della natalità in Italia
(migliaia), 2010-2023



Il 2023 è stato l'anno peggiore della storia per numero di bambini nati in Italia, con **379mila** nascite

Se il trend proseguisse nel lungo periodo (2070) il **nuovo equilibrio demografico** si attesterebbe a **45 milioni** di abitanti

...con un progressivo invecchiamento della popolazione



L'evoluzione demografica apre nuove sfide anche per gli operatori della filiera degli elettrodomestici

CREAZIONE DI PARTNERSHIP INTRA E INTER SETTORIALI

Necessità di rafforzare le relazioni intra e inter settoriali per **rimodulare l'offerta**

AUMENTANO LE FAMIGLIE MONOCOMPONENTI

Le famiglie con un **solo componente** nel 2022 sono il **33,1% (+5 p.p. vs. 2010)**, **nucleo più diffuso** del nostro Paese. C'è quindi una **necessità di innovazione dimensionale** (es. mini lavatrici o piccoli frigoriferi), apparecchiature a **miglior efficienza energetica** e richiesta di **meno funzionalità** dell'elettrodomestico

CONSUMATORI

Contrazione del **2,3%** della popolazione dal 2014 ad oggi e **minimo storico di nascite nel 2023** (379mila). Crescita demografica in Italia negli ultimi 20 anni sostenuta dalla **popolazione straniera** (da 356mila nel 1990 a 5,2 milioni nel 2022). Necessità dunque di affinamento delle **strategie di marketing**

RAFFORZAMENTO DI SERVIZIO E DI PERSONALIZZAZIONE

Evoluzione delle esigenze dei consumatori verso un **rafforzamento della componente di servizio** (es. assistenza *pre* e *post* vendita) e crescente richiesta di **personalizzazioni**



RICERCA DI NUOVI TALENTI E COMPETENZE

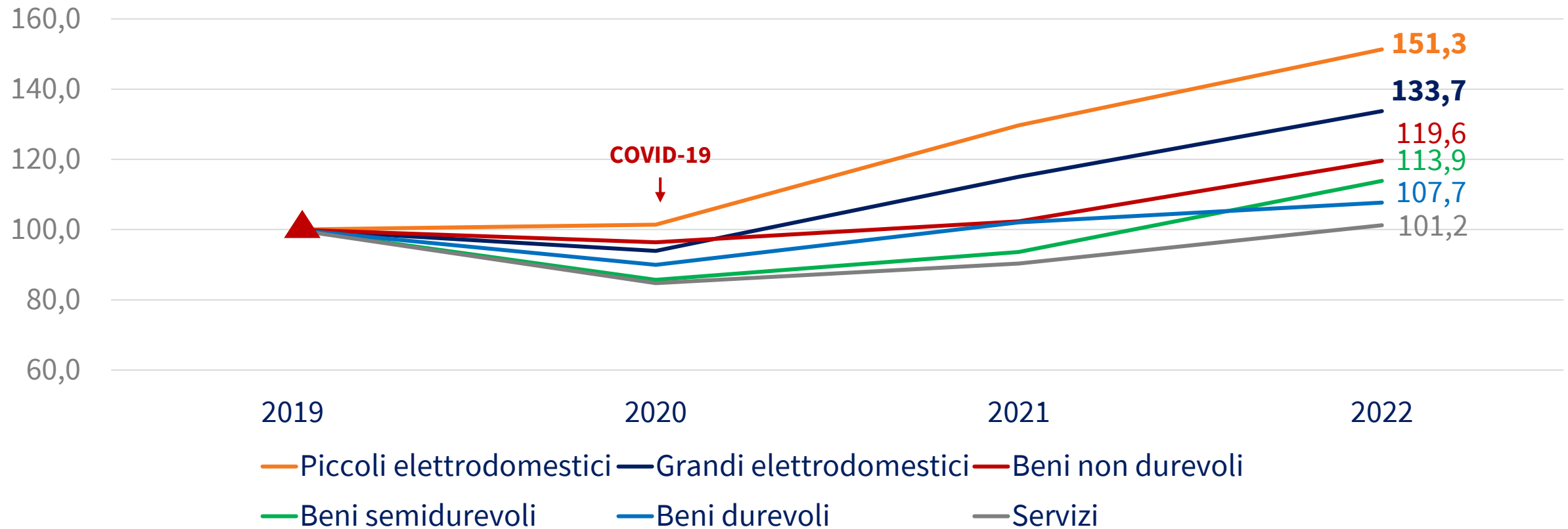
Necessità di integrare **nuovi strumenti di lavoro** (es. innovazioni digitali e AI) e di attrazione di **nuove competenze e figure professionali** nelle aziende produttrici di elettrodomestici e componentistica e nei punti vendita

Messaggio 3

Nonostante i consumi degli italiani siano inferiori rispetto al periodo pre-pandemico, il trend per il settore degli elettrodomestici appare in controtendenza: tra il 2019 e il 2022 **la spesa per elettrodomestici è cresciuta mediamente del 34%**. A partire dal 2023, c'è stata una battuta d'arresto, con un **andamento a volume in calo** sia per grandi (-1,8%) che per piccoli elettrodomestici (-1,4%)

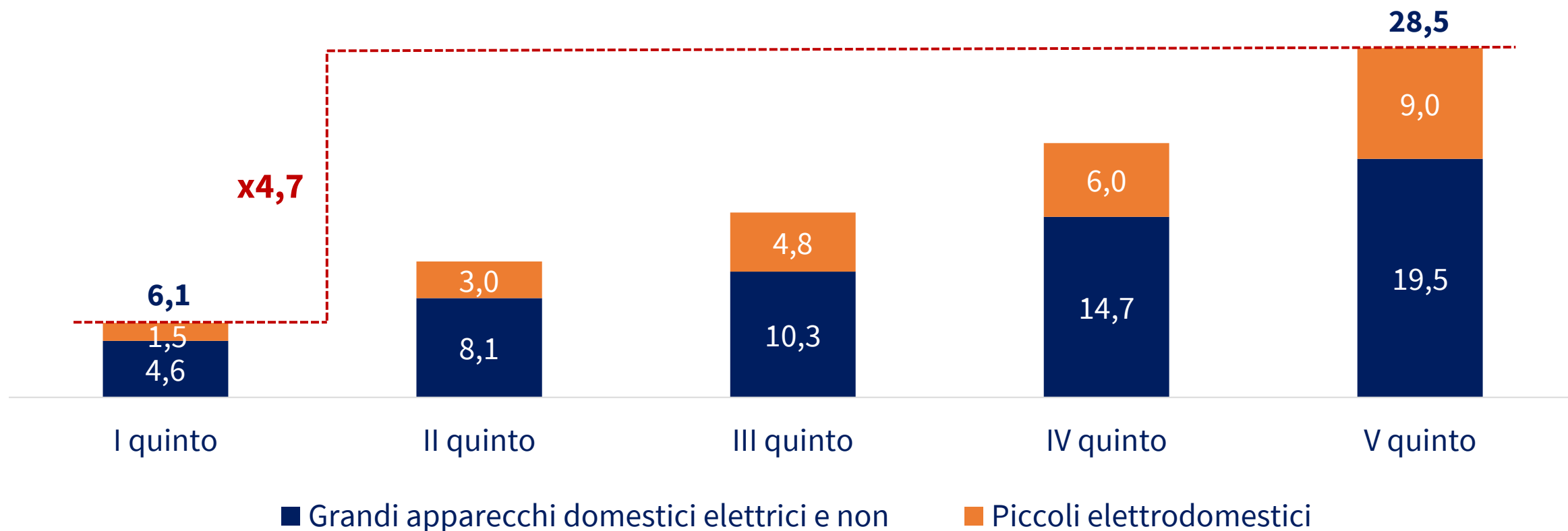
Nel periodo 2019-2022, la spesa per elettrodomestici delle famiglie italiane è cresciuta più delle altre voci di spesa...

Spesa delle famiglie italiane per elettrodomestici
(indice, anno base 100 = 2019), 2019-2022



...anche se rimangono differenze sostanziali tra le famiglie: il ceto più abbiente ha speso quasi 5 volte in più al mese per apparecchi domestici

Spesa media mensile delle famiglie italiane per apparecchi domestici
(Euro per quintile di reddito), 2021



Lo scenario internazionale ha determinato una forte crescita negli anni della pandemia, sia sui volumi che sulle vendite degli elettrodomestici

Cause



Restrizioni da lockdown



Destabilizzazione delle catene di valore



Importazioni compromesse

Effetti



Aumento della domanda interna*



Aumento dei prezzi delle materie prime e dei prodotti finali



Concorrenza dei fornitori esteri ridotta

I numeri

Crescita in valore

Grandi elettrodomestici:

- **+0,8%** nel 2020
- **+18,8%** nel 2021

Piccoli elettrodomestici:

- **+19,4** nel 2020
- **+5,5%** nel 2021

Crescita in volume

Grandi elettrodomestici:

- **+0,3%** nel 2020**
- **+14,4%** nel 2021

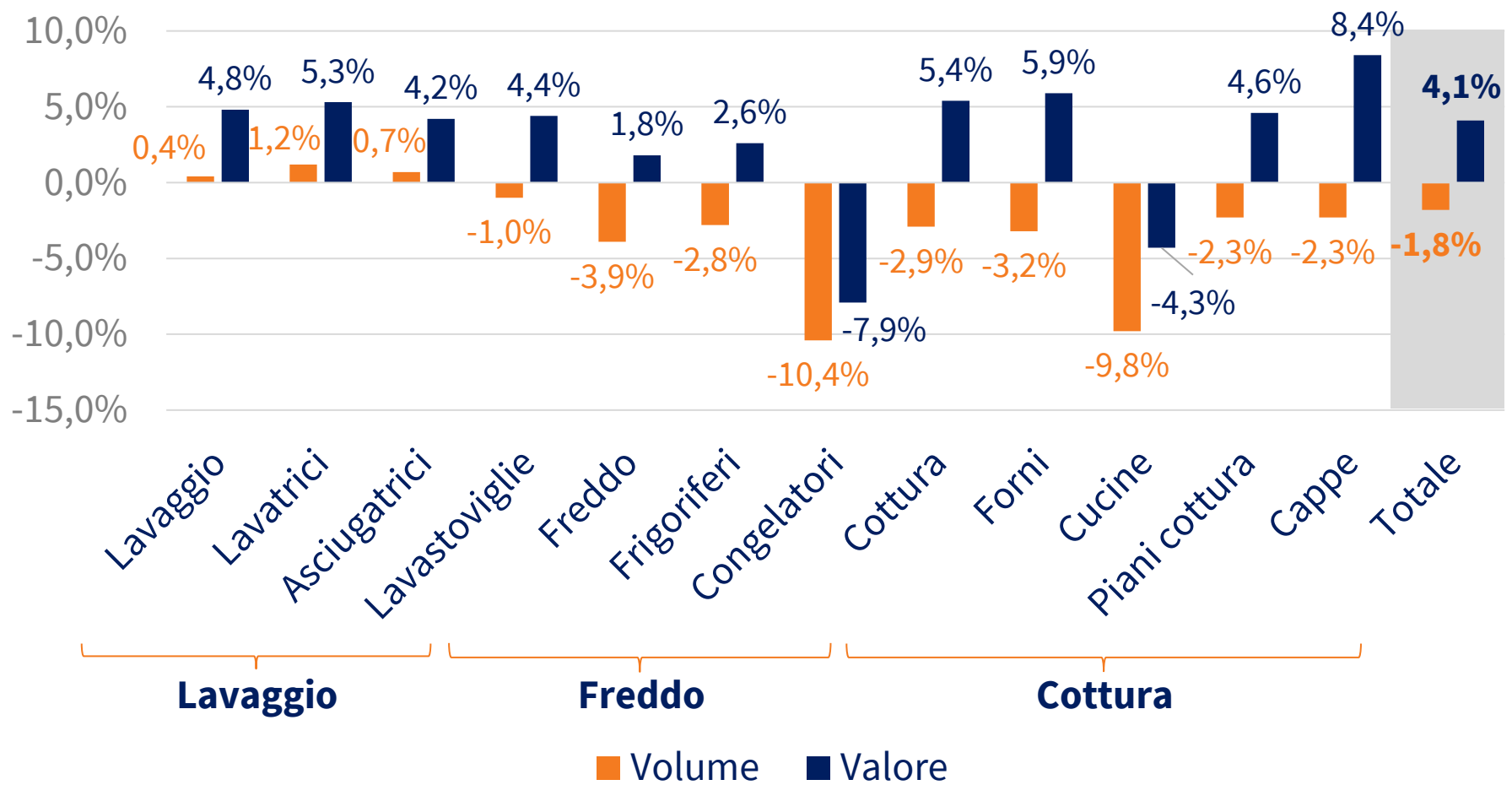
Piccoli elettrodomestici:

- **+13,3** nel 2020
- **in linea** con il valore del 2020 nel 2021

A seguito degli anni particolarmente positivi durante la pandemia, nel 2022 e nel 2023 gli **effetti dell'inflazione**, la **contrazione del potere d'acquisto** delle famiglie italiane e la **minore domanda** hanno provocato un **rallentamento della crescita** del comparto degli elettrodomestici, sebbene l'incremento del prezzo delle materie prime (e quindi del prodotto finito) abbiano compensato la riduzione di volumi di vendita

Un esempio: nel 2023 calo della domanda e crisi inflattiva hanno determinato una contrazione a volume ed una limitata crescita a valore per il Bianco...

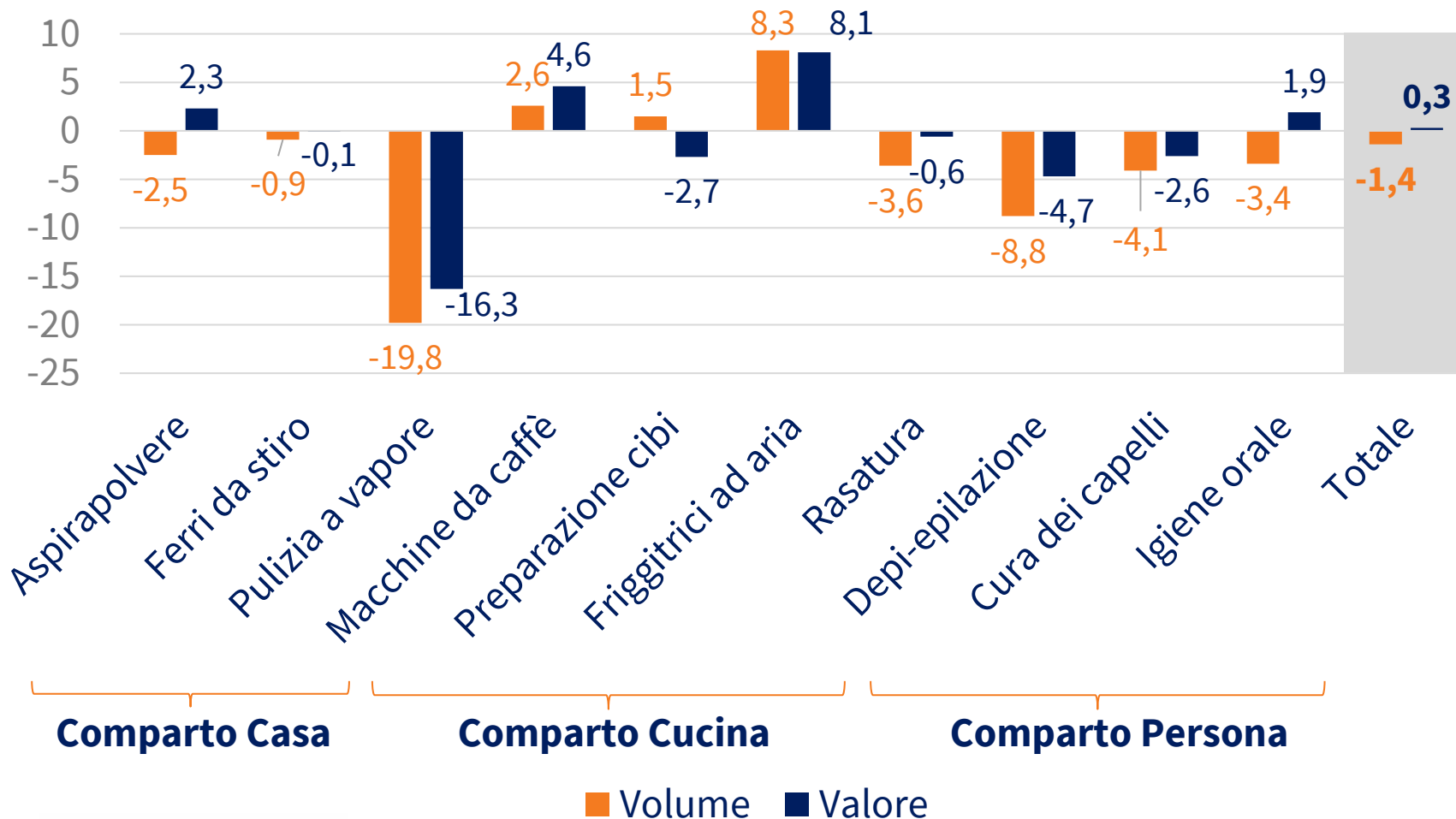
I trend di mercato del Grande elettrodomestico in Italia
(valori %), 2023 vs 2022



- Il comparto **Lavaggio**:
+0,3% a volume e **+4,8%** a valore
- Il comparto **Freddo**:
-5,7% a volume e **-1,2%** a valore
- Il comparto **Cottura**:
-4,1% a volume e **+4,0%** a valore

...e lo stesso rallentamento, soprattutto sui volumi, si riscontra nel comparto del piccolo elettrodomestico

I trend di mercato del Piccolo elettrodomestico in Italia
(valori %), 2023 vs 2022



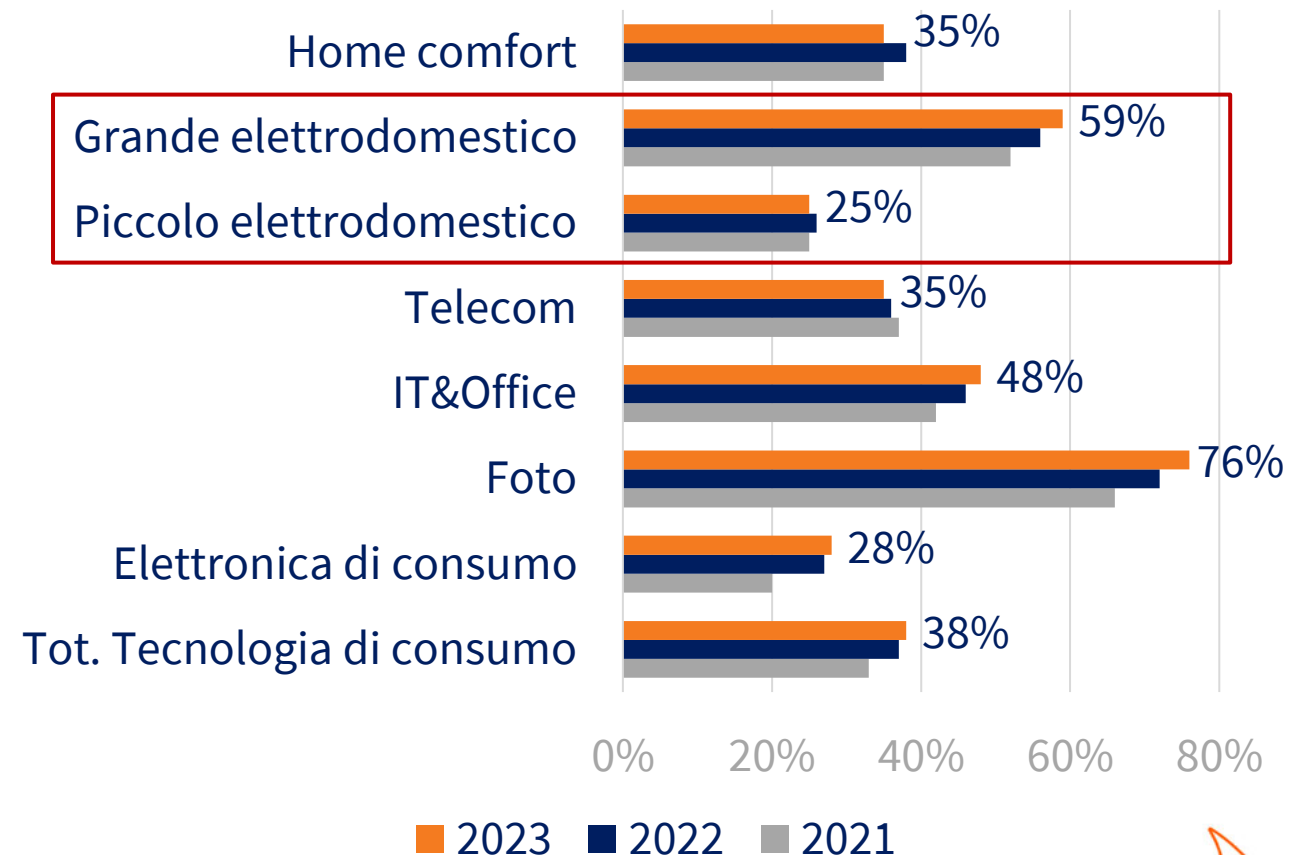
- Il **Comparto Casa**:
+1,1% a valore e **-2,6%** a volume
- Il **Comparto Cucina**:
+1,2% a valore e **+2,2%** a volume
- Il **Comparto Persona**:
-1,8% a valore e **-4,0%** a volume

Nel 2023 il prezzo è il driver delle scelte di acquisto dei consumatori, che hanno approfittato delle promozioni sugli elettrodomestici

- A causa di **inflazione** e **aumento del costo della vita**, nel 2023 il **prezzo** è stato un fattore chiave nelle decisioni di acquisto dei consumatori
- Retailer e produttori hanno reagito estendendo i **periodi promozionali** e offrendo prodotti a prezzi scontati
- I prodotti le cui vendite sono cresciute maggiormente durante il Black Friday sono le **lavastoviglie**, registrando un **+12%**

Andamento delle vendite online nella settimana del Black Friday in Italia

(valori %), 2021-2023



Messaggio 4

La filiera estesa degli elettrodomestici ha un peso economico e sociale per il Paese largamente più alto di quanto non venga percepito.

Nel 2022 ha generato **114,1 miliardi di Euro** di fatturato e **20,2 miliardi di Euro** di Valore Aggiunto, pari a circa l'**1%** del PIL italiano

The European House - Ambrosetti ha ricostruito per la prima volta la filiera estesa degli elettrodomestici in Italia...

- È stato realizzato il **primo tentativo mai svolto** di mappare l'intera **filiera estesa degli elettrodomestici in Italia** per sostanziarne la rilevanza a livello economico-strategico con l'obiettivo di:
 - Qualificare il ruolo della filiera estesa degli elettrodomestici in Italia
 - Sostenere le proposte degli associati di APPLiA Italia
- **Obiettivi:**
 - Mappare la base industriale, tecnologica e di servizio collegata al settore degli elettrodomestici in Italia
 - Dimensionare il valore generato ad oggi per il Paese (fatturato, occupati, Valore Aggiunto, investimenti)
 - Indagare le valenze distintive dell'Italia sulle quali indirizzare le linee d'azione di sviluppo
 - Accrescere la consapevolezza del valore industriale del settore e definirne un «DNA»

[illegible]

...che ha permesso di ottenere una fotografia del valore economico e sociale dell'industria degli elettrodomestici per il nostro Paese (1/2)

- Il database è stato costruito ottenendo dalle banche dati di **Istat** e **Aida Bureau Van Dijk** le principali **dimensioni di performance al 2022** associate agli Ateco del settore della componentistica e degli elettrodomestici, in particolare:
 - **Imprese**
 - **Fatturato**
 - **Valore Aggiunto**
 - **Occupati**
 - **Investimenti**
- Per ottenere un database aggiornato al 2022, è stato utilizzato Aida Bureau Van Dijk per scaricare i dati per gli stessi Codici Ateco più recenti ed è stata calcolata la **variazione percentuale nel periodo 2022 vs. 2021**, che poi è stata applicata ai dati Istat 2021 (ultimo anno disponibile)

...che ha permesso di ottenere una fotografia del valore economico e sociale dell'industria degli elettrodomestici per il nostro Paese (2/2)

- In secondo luogo, per ottenere la massima aderenza alla realtà del settore, il **database è stato “depurato”** cercando di isolare per la **componentistica** la quota parte delle variabili riconducibile esclusivamente alla componentistica per elettrodomestici (diversamente, i dati riferiti ai codici Ateco degli elettrodomestici sono già univoci e non è quindi necessario scontare queste variabili)
- Per fare ciò, sono state selezionate le **prime 40 imprese per fatturato** di ogni codice Ateco riconducibile alla componentistica per elettrodomestici e per ogni azienda è stato analizzato l'ultimo **bilancio di esercizio** o i dati forniti dal sito ufficiale di riferimento al fine di ottenere una quota percentuale del loro fatturato associabile alla produzione di componentistica per elettrodomestici. Successivamente, è stata calcolata una **media ponderata** in base al valore del fatturato dichiarato delle prime 40 aziende, ottenendo una **quota parte per ogni singolo codice Ateco**
- **Ogni specifica quota è stata applicata al proprio codice di appartenenza**, ottenendo dei valori scontati per il settore della componentistica per **fatturato, Valore Aggiunto, occupati e investimenti**

Il settore degli elettrodomestici attiva una complessa filiera

Filiera core degli elettrodomestici

Componentistica

Codice Ateco 222 Fabbricazione di articoli in materie plastiche

Codice Ateco 2453 Fusione di metalli leggeri

Codice Ateco 2562 Lavori di meccanica generale

Codice Ateco 2812 Fabbricazione di apparecchiature fluidodinamiche

Codice Ateco 2814 Fabbricazione di altri rubinetti e valvole

Codice Ateco 28151 Fabbricazione di cuscinetti, ingranaggi e organi di trasmissione (esclusi quelli idraulici)

Codice Ateco 261109 Fabbricazione di altri componenti elettronici

Codice Ateco 279009 Fabbricazione di altre apparecchiature elettriche nca

Codice Ateco 829999 Altri servizi di sostegno alle imprese nca

Elettrodomestici

Codice Ateco 27.51:

-27.51.00.00-04: fabbricazione di elettrodomestici, frigoriferi, congelatori, lavastoviglie, lavatrici ed asciugatrici

-27.51.00.05-07 fabbricazione di aspirapolvere, lucidatrici, tritatori di rifiuti

-27.51.00.08-09 fabbricazione di macinini frullatori e spremiagrumi, apriscatole

-27.51.00.10-11 fabbricazione di rasoi elettrici, spazzolini da denti elettrici,

-27.51.00.12-15 fabbricazione di affilatrici per coltelli, cappe aspiranti o per riciclo, apparecchiature elettrotermiche per uso domestico, scaldacqua elettrici

-27.51.00.16-19 fabbricazione di coperte a riscaldamento elettrico, asciugacapelli e arricciacapelli, ferri da stiro elettrici, apparecchi di riscaldamento portatili e ventilatori da soffitto

-27.51.00.20-26 fabbricazione di forni elettrici forni a microonde fornelli piastre riscaldanti, tostapane, macchine per preparare il caffè o il tè, friggitrice girarrosti griglie cappe riscaldatori a resistenza, girarrosti, griglie, cappe

Codice Ateco 27.52:

- 27.52.01.00-01 fabbricazione di apparecchi per uso domestico non elettrici, apparecchi non elettrici per uso domestico per cucinare e per i riscaldamento, apparecchi di riscaldamento non elettrici, -27.52.01.02-03 fabbricazione di cucine economiche non elettriche, graticole non elettriche,

-27.52.01.03-05 fabbricazione di stufe non elettriche, scaldacqua non elettrici, -27.52.01.06-02.00 fabbricazione di apparecchi per cucinare non elettrici, scaldapiatti non elettrici, termocamini non elettrici

Retail

Codice Ateco 46.4.3 Commercio all'ingrosso di beni di consumo finale

Codice Ateco 47.19.2 Commercio al dettaglio in esercizi non specializzati

Codice Ateco 47.19.9 47.19.1 Empori e Grandi magazzini

Codice Ateco 47.5 Prodotti ad uso domestico

Codice Ateco 47.78 Altri prodotti in esercizi specializzati

Codice Ateco 47.9 Commercio al dettaglio al di fuori di banchi, negozi

I numeri della filiera core degli elettrodomestici: una fotografia di sintesi al 2022

Filiera core

€14,7
mld

Fatturato (+19,0% vs 2019)

Valore Aggiunto (+30,7% vs 2019)

€3,6
mld

44,4
mila

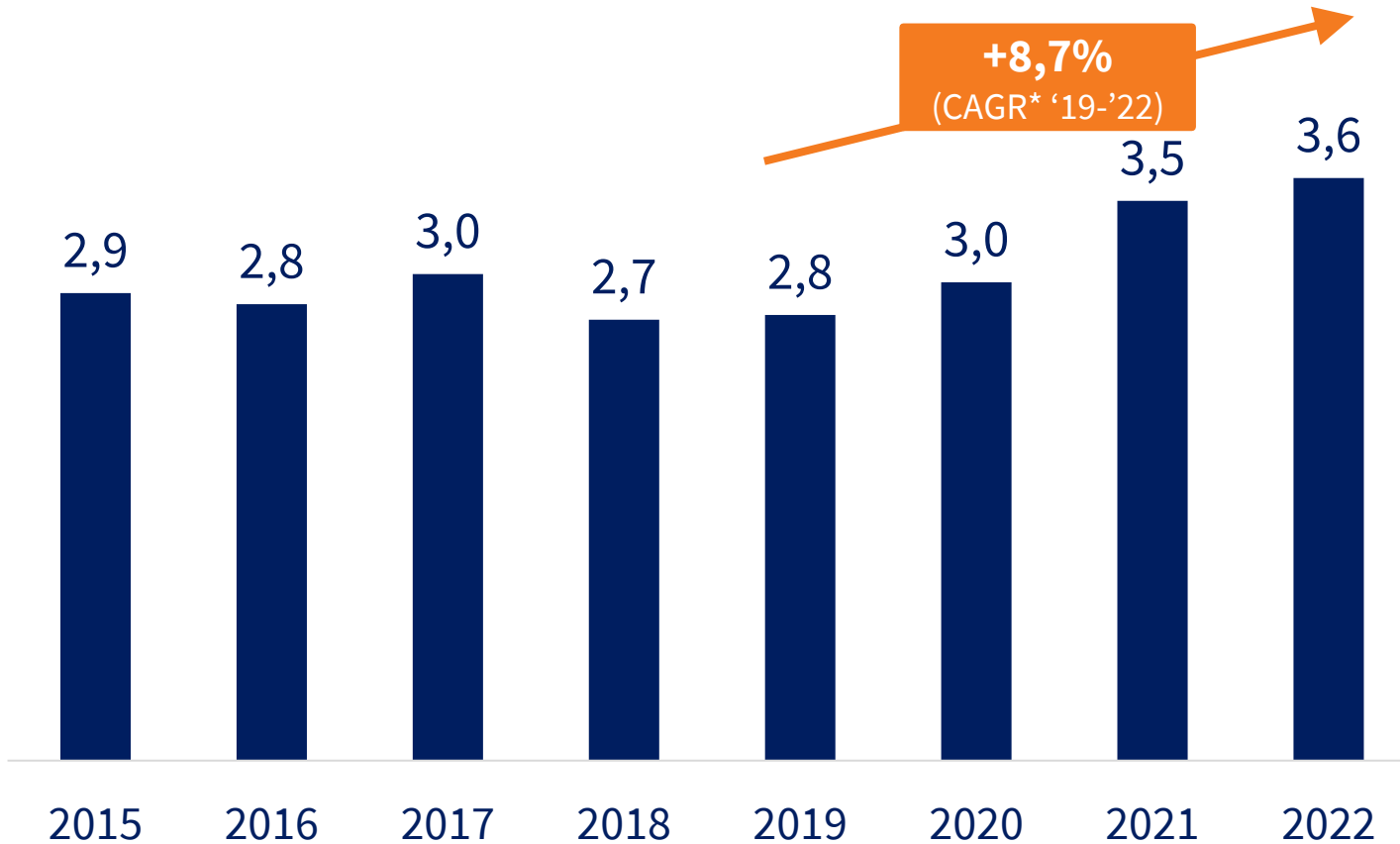
Occupati (+2,4% vs 2019)

Investimenti (-6,7% vs 2019)

€0,3
mld

Il Valore Aggiunto della filiera core degli elettrodomestici è cresciuto maggiormente rispetto alla media italiana nel periodo 2019-2022

Valore Aggiunto della filiera core degli elettrodomestici in Italia
(miliardi di Euro e CAGR*), 2019-2022



Crescita del Valore Aggiunto
(CAGR*), 2019-2022

Filiera core degli elettrodomestici

+8,7%

Tutte le imprese italiane

+2,3%

Servizi

+1,5%

(*) CAGR: Tasso medio annuo di crescita composto.

Fonte: elaborazione TEHA Group su dati Istat e Aida Bureau Van Dijk 2024

La filiera degli elettrodomestici è comparabile o superiore a importanti settori economici del Paese in termini di Valore Aggiunto

Filiera core

Valore Aggiunto della filiera core degli elettrodomestici a confronto con alcuni settori economici in Italia
(miliardi di Euro), 2022

Filiera degli
elettrodomestici

€3,6
miliardi

Vs.

Industria tessile e
abbigliamento

€5,9
miliardi

Settore calzaturiero

€3,4
miliardi

Settore lattiero-
caseario

€3,1
miliardi

Dimensionamento rispetto al Valore
Aggiunto degli elettrodomestici

X0,6

X1,1

X1,2

Ogni Euro di Valore Aggiunto generato dalla filiera degli elettrodomestici attiva 2,1 Euro nel resto dell'economia

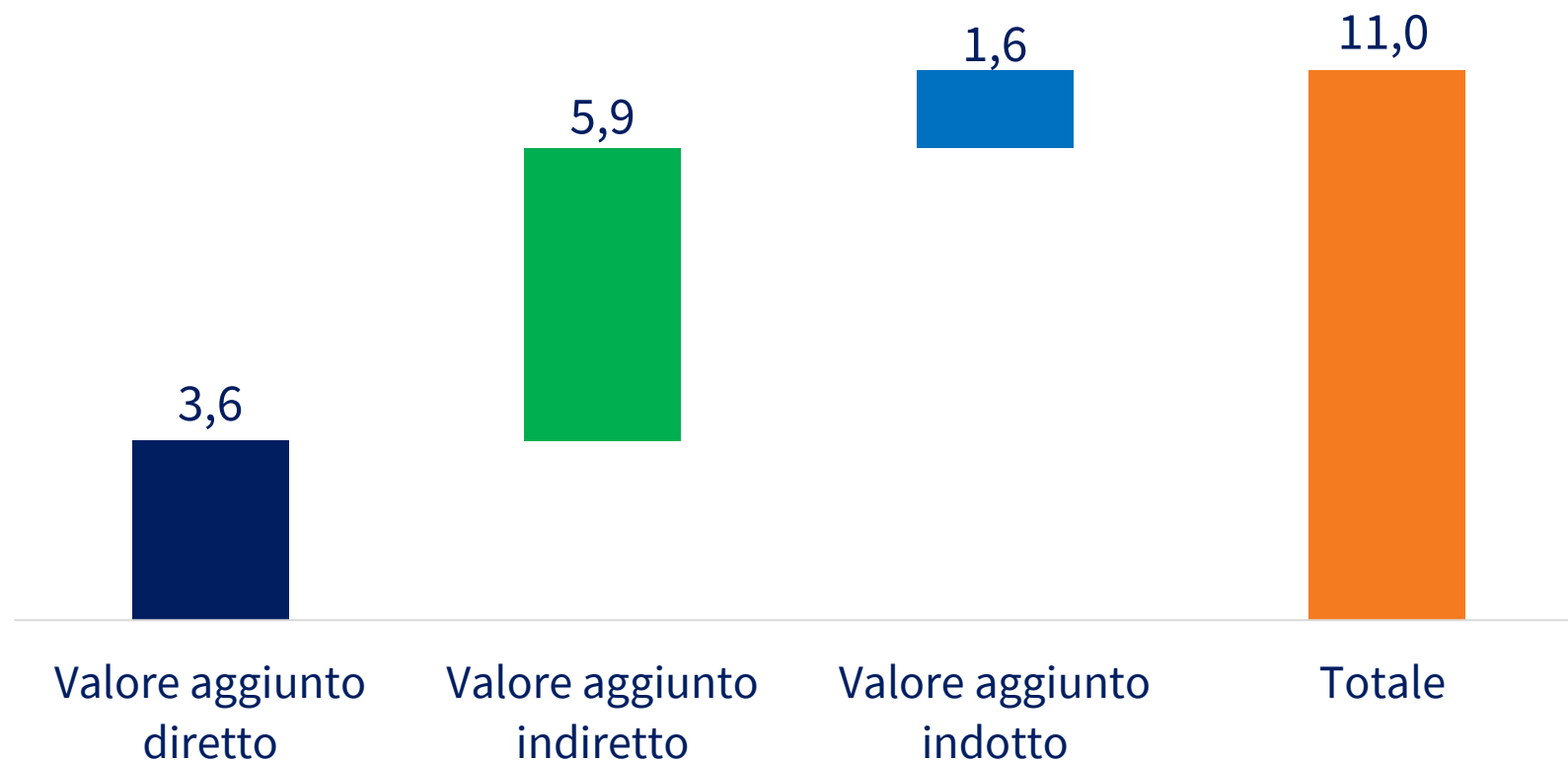
Grazie all'attivazione di filiere sul territorio nazionale, per **ogni Euro** di Valore Aggiunto generato dalla filiera degli elettrodomestici viene abilitata la generazione di **2,1 Euro** nel resto dell'economia

Moltiplicatore
Economico

=

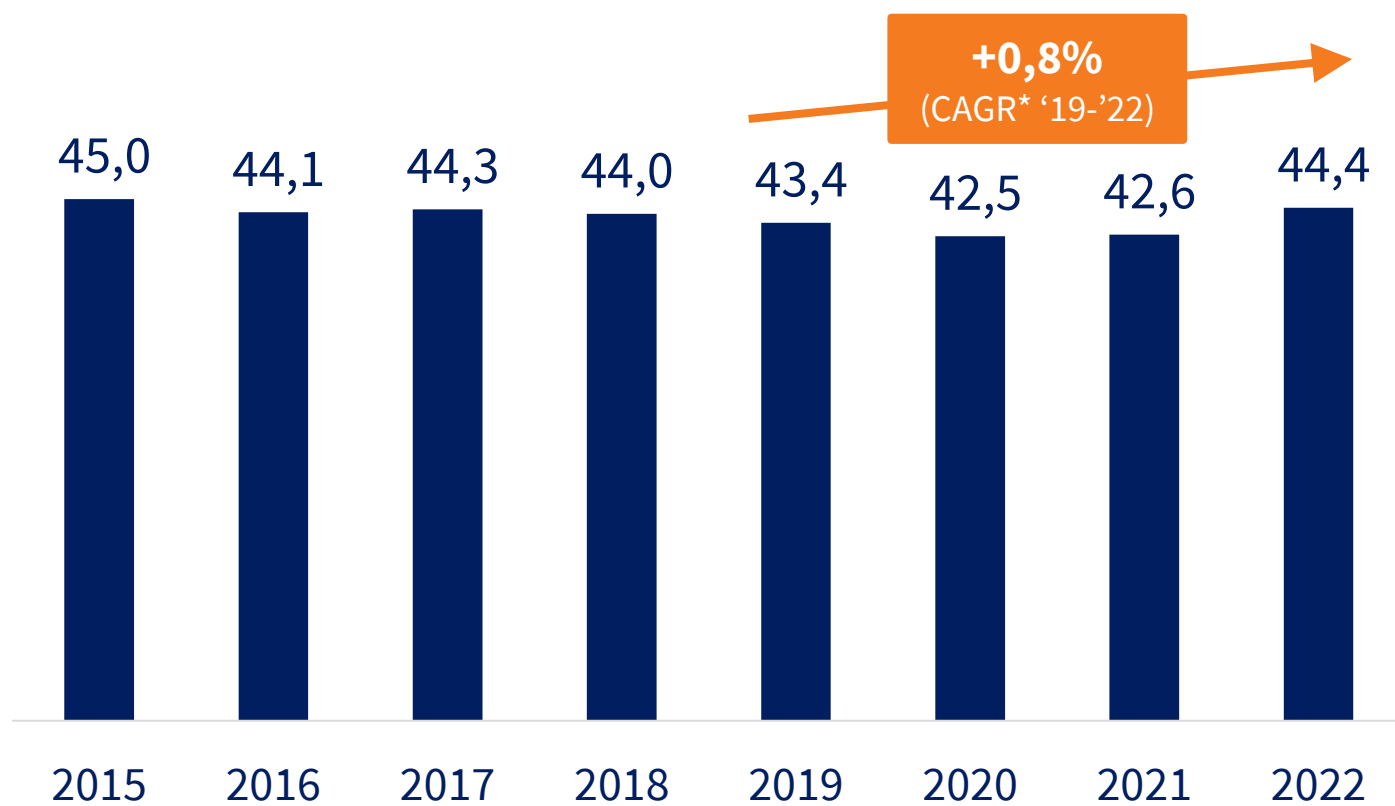
3,1

Valore Aggiunto diretto, indiretto e indotto generato dalla filiera core degli elettrodomestici in Italia (miliardi di Euro), 2022



Guardando all'occupazione, già nel 2022 la forza lavoro ha superato i valori registrati nel periodo pre-pandemico

Occupazione della filiera core degli elettrodomestici in Italia (migliaia di unità) 2015-2022



Andamento dell'occupazione (CAGR*), 2019-2022

Filiera core degli elettrodomestici

+0,8%

Tutte le imprese italiane

+0,1%

Servizi

-0,1%

Il valore occupazionale del settore degli elettrodomestici è comparabile ad altri settori strategici della nostra economia

Occupazione della filiera core degli elettrodomestici a confronto con alcuni settori economici in Italia
(migliaia di unità), 2022

**Filiera degli
elettrodomestici**

Industria tessile e
abbigliamento

Settore calzaturiero

Settore lattiero-
caseario



Vs.



X0,4



X0,6



X1,1

*Dimensionamento rispetto all'occupazione
degli elettrodomestici*

Anche dal punto di vista sociale la filiera degli elettrodomestici gioca un ruolo chiave, sostenendo in modo diretto e indiretto >140 mila occupati

Grazie all'attivazione di filiere sul territorio nazionale, per **ogni impiegato** dalla filiera degli elettrodomestici viene abilitata la generazione di **2,2 occupati** nel resto dell'economia



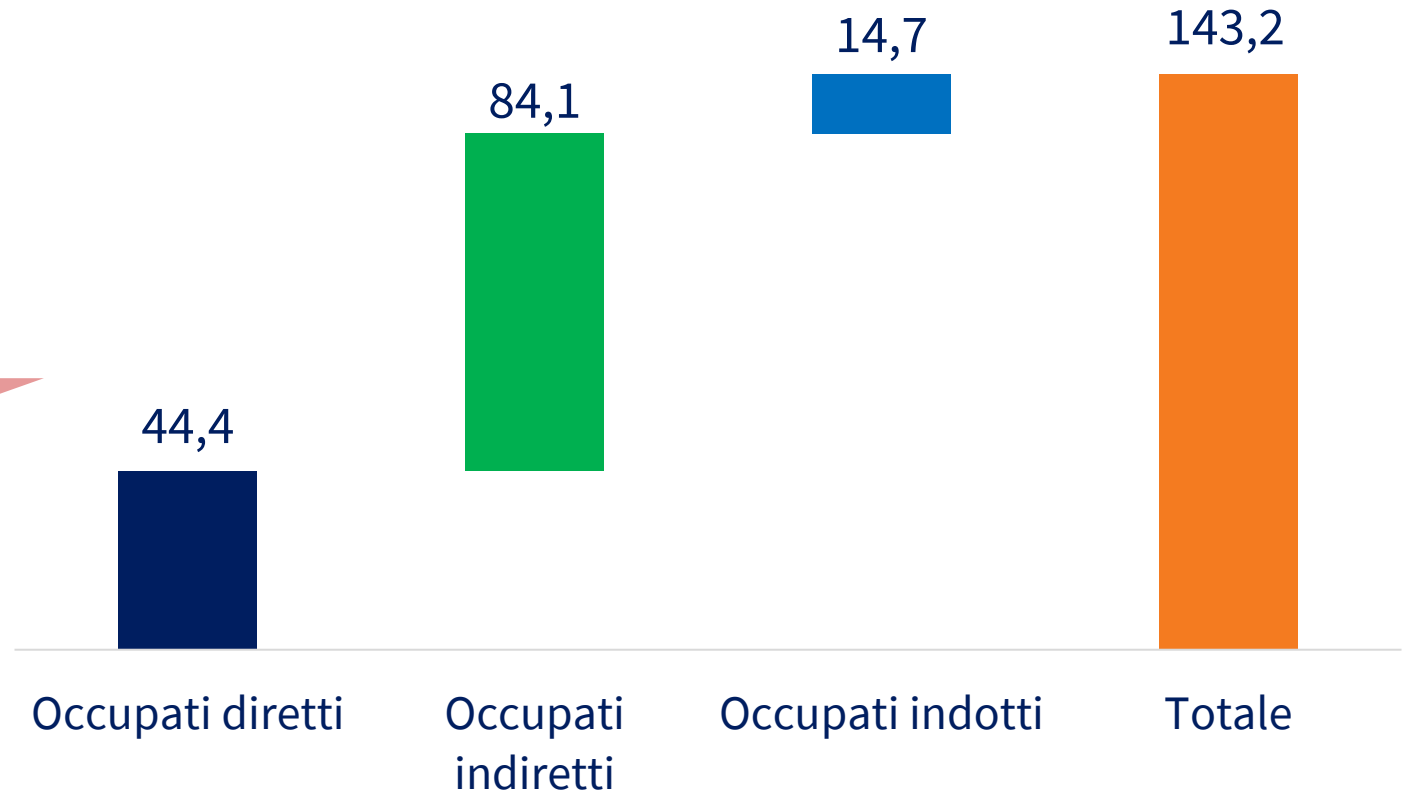
Filiera elettrodomestici

Moltiplicatore
Occupazionale = **3,2**



Economia

Occupazione diretta, indiretta e indotta generata dalla filiera core degli elettrodomestici in Italia (valori assoluti in migliaia), 2022



Il settore degli elettrodomestici attiva una complessa filiera

Filiera estesa degli elettrodomestici

Componentistica

Codice Ateco 222 Fabbricazione di articoli in materie plastiche

Codice Ateco 2453 Fusione di metalli leggeri

Codice Ateco 2562 Lavori di meccanica generale

Codice Ateco 2812 Fabbricazione di apparecchiature fluidodinamiche

Codice Ateco 2814 Fabbricazione di altri rubinetti e valvole

Codice Ateco 28151 Fabbricazione di cuscinetti, ingranaggi e organi di trasmissione (esclusi quelli idraulici)

Codice Ateco 261109 Fabbricazione di altri componenti elettronici

Codice Ateco 279009 Fabbricazione di altre apparecchiature elettriche nca

Codice Ateco 829999 Altri servizi di sostegno alle imprese nca

Elettrodomestici

Codice Ateco 27.51:

-27.51.00.00-04: fabbricazione di elettrodomestici, frigoriferi, congelatori, lavastoviglie, lavatrici ed asciugatrici

-27.51.00.05-07 fabbricazione di aspirapolvere, lucidatrici, tritatori di rifiuti

-27.51.00.08-09 fabbricazione di macinini frullatori e spremiagrumi, apriscatole

-27.51.00.10-11 fabbricazione di rasoi elettrici, spazzolini da denti elettrici,

-27.51.00.12-15 fabbricazione di affilatrici per coltelli, cappe aspiranti o per riciclo, apparecchiature elettrotermiche per uso domestico, scaldacqua elettrici

-27.51.00.16-19 fabbricazione di coperte a riscaldamento elettrico, asciugacapelli e arricciacapelli, ferri da stiro elettrici, apparecchi di riscaldamento portatili e ventilatori da soffitto

-27.51.00.20-26 fabbricazione di forni elettrici forni a microonde fornelli piastre riscaldanti, tostapane, macchine per preparare il caffè o il tè, friggitrice girarrosti griglie cappe riscaldatori a resistenza, girarrosti, griglie, cappe

Codice Ateco 27.52:

- 27.52.01.00-01

fabbricazione di apparecchi per uso domestico non elettrici, apparecchi non elettrici per uso domestico per cucinare e per i riscaldamento, apparecchi di riscaldamento non elettrici, -27.52.01.02-03 fabbricazione di cucine economiche non elettriche, graticole non elettriche,

-27.52.01.03-05 fabbricazione di stufe non elettriche, scaldacqua non elettrici, -27.52.01.06-02.00

fabbricazione di apparecchi per cucinare non elettrici, scaldapiatti non elettrici, termocamini non elettrici

Retail

Codice Ateco 46.4.3
Commercio all'ingrosso di beni di consumo finale

Codice Ateco 47.19.2
Commercio al dettaglio in esercizi non specializzati

Codice Ateco 47.19.9 47.19.1
Empori e Grandi magazzini

Codice Ateco 47.5
Prodotti ad uso domestico

Codice Ateco 47.78
Altri prodotti in esercizi specializzati

Codice Ateco 47.9
Commercio al dettaglio al di fuori di banchi, negozi

I numeri della filiera estesa degli elettrodomestici: una fotografia di sintesi al 2022

Filiera core degli elettrodomestici

Componentistica



Fatturato: 4,0
miliardi di Euro



Valore Aggiunto:
1,2 miliardi di Euro



Occupati: 16,6
mila



Investimenti:
116,3 milioni di Euro

Elettrodomestici



Fatturato: 10,7
miliardi di Euro



Valore Aggiunto:
2,4 miliardi di Euro



Occupati: 27,8
mila



Investimenti:
178,9 milioni di Euro

Retail attivato



Fatturato: 99,3
miliardi di Euro



Valore Aggiunto:
16,5 miliardi di Euro



Occupati: 461,3
mila



Investimenti:
1,0 miliardi di Euro

Filiera Estesa



Fatturato: 114,0
miliardi di Euro
(+12,9% vs 2019)



Valore Aggiunto: 20,1
miliardi di Euro
(+7,0% vs 2019)

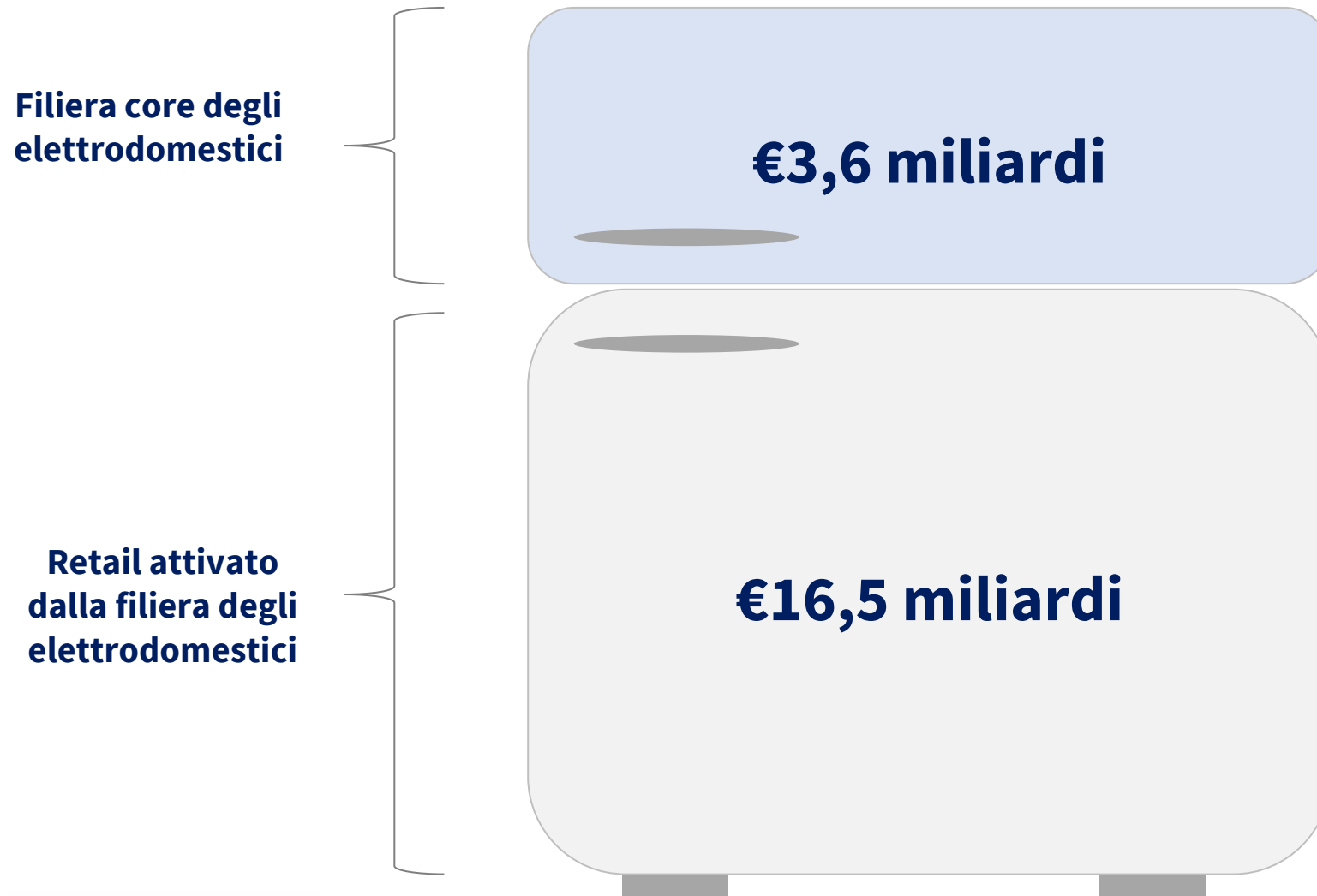


Occupati: 505,7 mila
(+6,3% vs 2019)



Investimenti: 1,3
miliardi di Euro
(+7,9% vs 2019)

Considerando anche il Retail attivato, la filiera degli elettrodomestici complessivamente abilita oltre 20 miliardi di Euro di Valore Aggiunto



Complessivamente la filiera estesa degli elettrodomestici sostiene la generazione di **€20,1 miliardi** di **Valore Aggiunto** in Italia equivalente a circa l'**1% del PIL italiano**

Messaggio 5

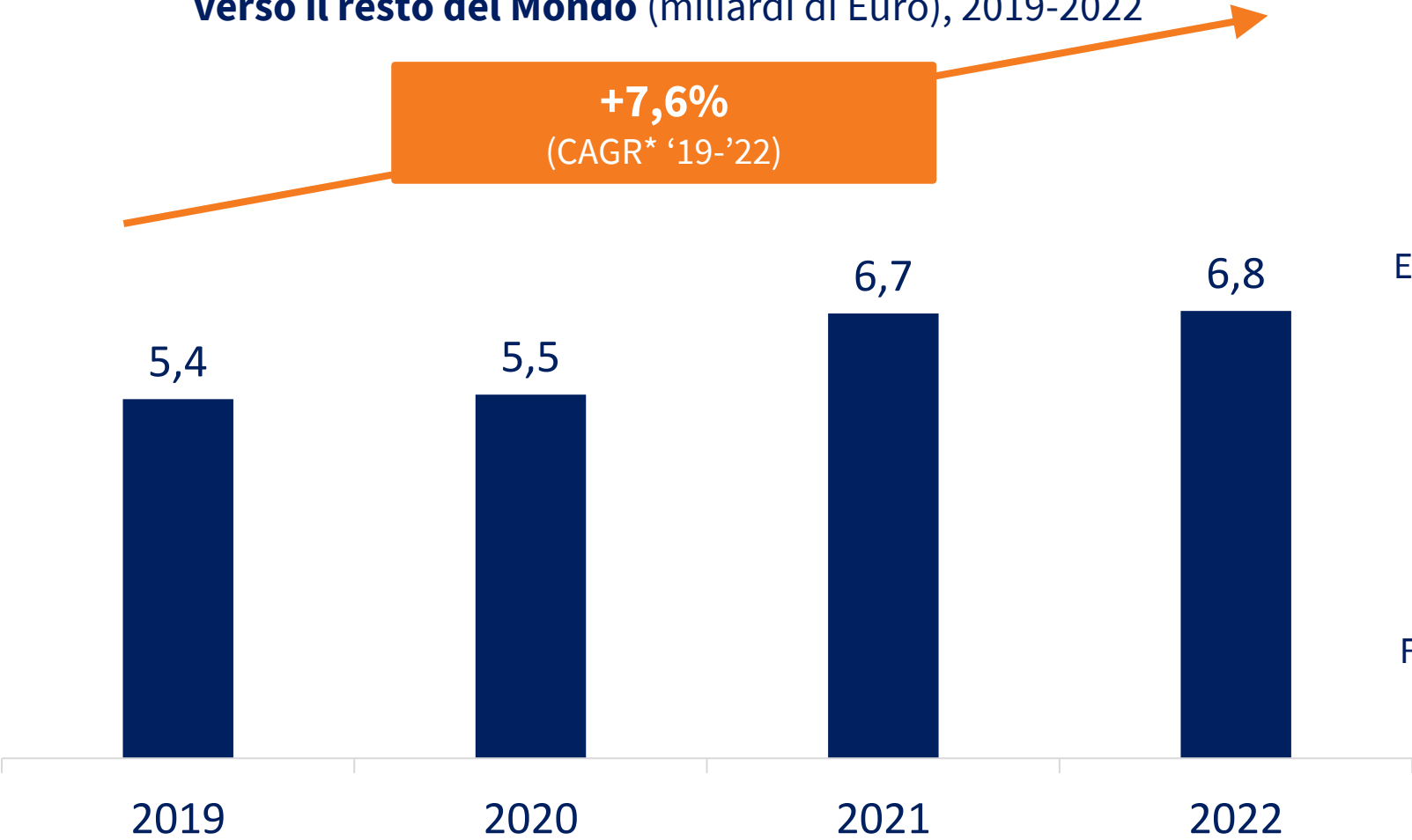
Con **6,8 miliardi** di Euro, l'Italia è il **3° Paese UE** per valore di esportazioni di elettrodomestici, contribuendo al **12,3%** dell'export totale europeo. È anche il **2° Paese UE** per esportazione di componentistica, con **3,8 miliardi** di Euro pari al **15%** delle esportazioni totali dell'UE. Complessivamente, **l'Italia è il secondo Paese UE per esportazioni nella filiera core degli elettrodomestici**, con un valore pari a **~11 miliardi di Euro**

La metodologia per quantificare la rilevanza del commercio italiano di elettrodomestici e componentistica nel mondo

- Per quantificare le variabili di **export** e **import** degli **elettrodomestici** sono state analizzate **oltre 16.000 osservazioni** dalle banche dati europea **Comext** e **Istat** per:
 - **33 codici doganali** a 8 cifre di dettaglio (NC8), relativi ai singoli elettrodomestici (frigoriferi, congelatori, aspirapolveri, ecc.)
 - I flussi di commercio in entrata e uscita dell'**Italia** e degli altri Stati membri **UE-27** verso **245 Paesi** nel mondo
- I codici sono stati in un secondo momento aggregati a livello di comparto a maggiore o minore livello di dettaglio: grandi elettrodomestici (Freddo, lavaggio, cottura) e piccoli elettrodomestici
- Per quantificare le variabili di export e import della **componentistica** per elettrodomestici, sono state analizzate **>27.000 osservazioni** dalla banca dati europea **Comext**:
 - **50 codici doganali** a 8 cifre di dettaglio (CN8), facendo un focus sui **23 codici** di prodotti classificabili come “**TIER-1**”, ossia esclusivamente (o prevalentemente) dedicati al settore Apparecchi Domestici e Professionali
 - I flussi di commercio in entrata e uscita dell'**Italia** e degli altri Stati membri **UE-27** verso **245 Paesi** nel mondo

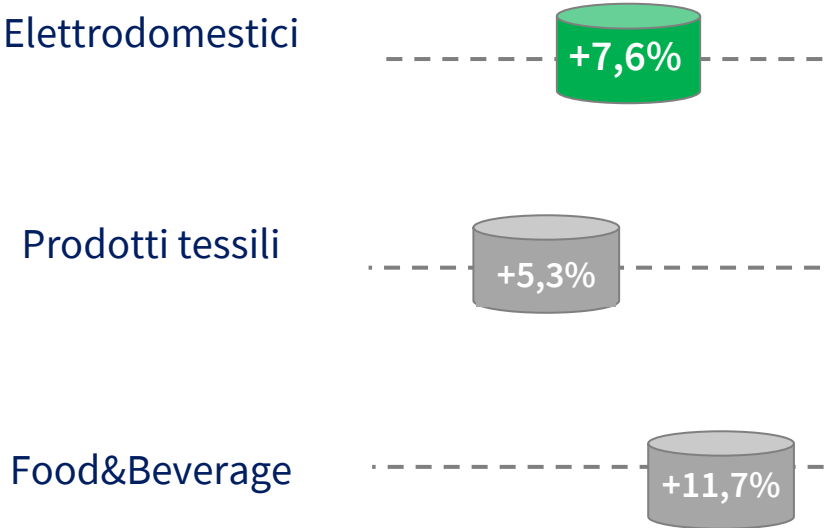
L'export degli elettrodomestici ha mostrato segni di ripresa dalla pandemia e il suo tasso di crescita si allinea ad importanti settori manifatturieri italiani

Valore dell'export degli elettrodomestici dall'Italia verso il resto del Mondo (miliardi di Euro), 2019-2022



Elettrodomestici

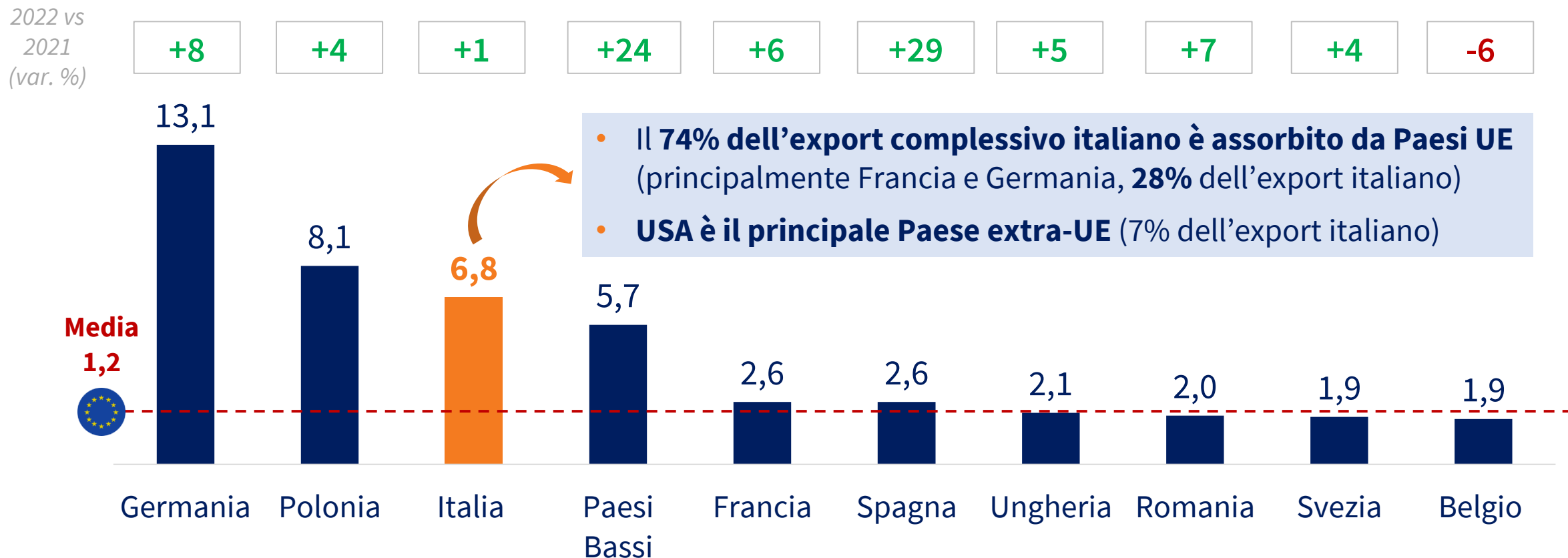
Crescita dell'export
(CAGR*), 2019-2022



L'Italia è terza in Europa per esportazioni di elettrodomestici e contribuisce al 12,3% di tutte le esportazioni europee

Elettrodomestici

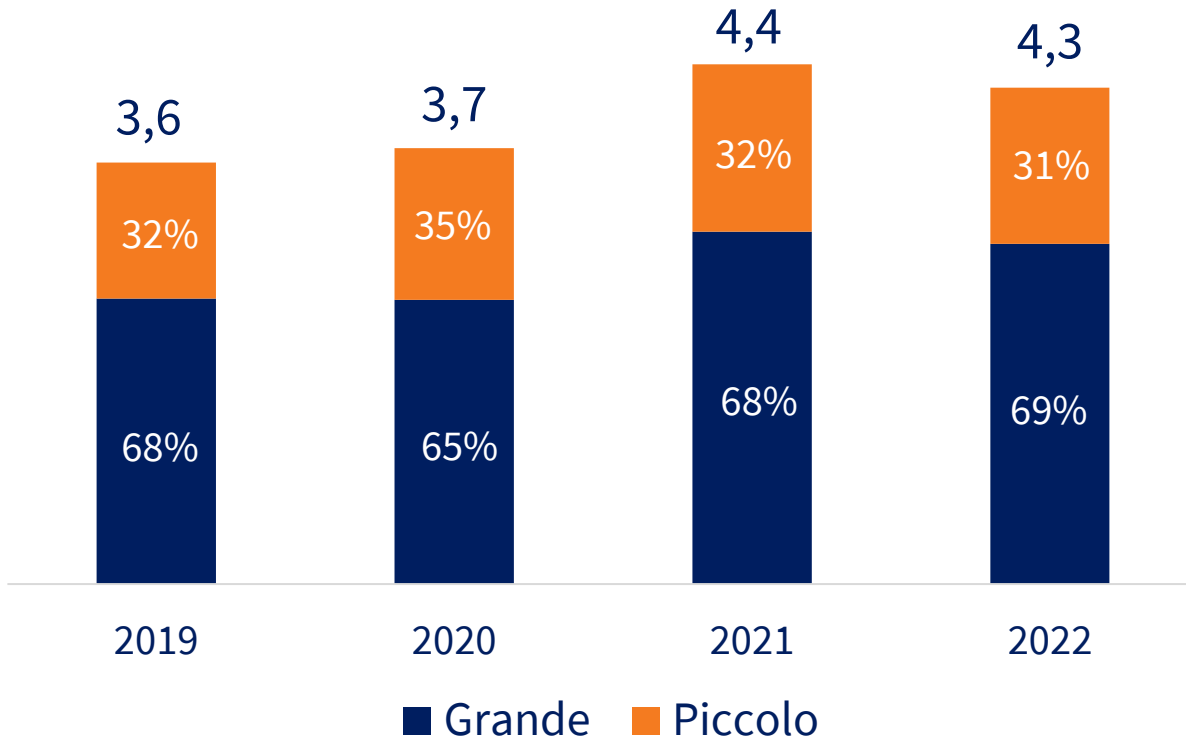
Esportazioni nel mondo di elettrodomestici per i primi 10 Paesi UE-27
(miliardi di Euro), 2022



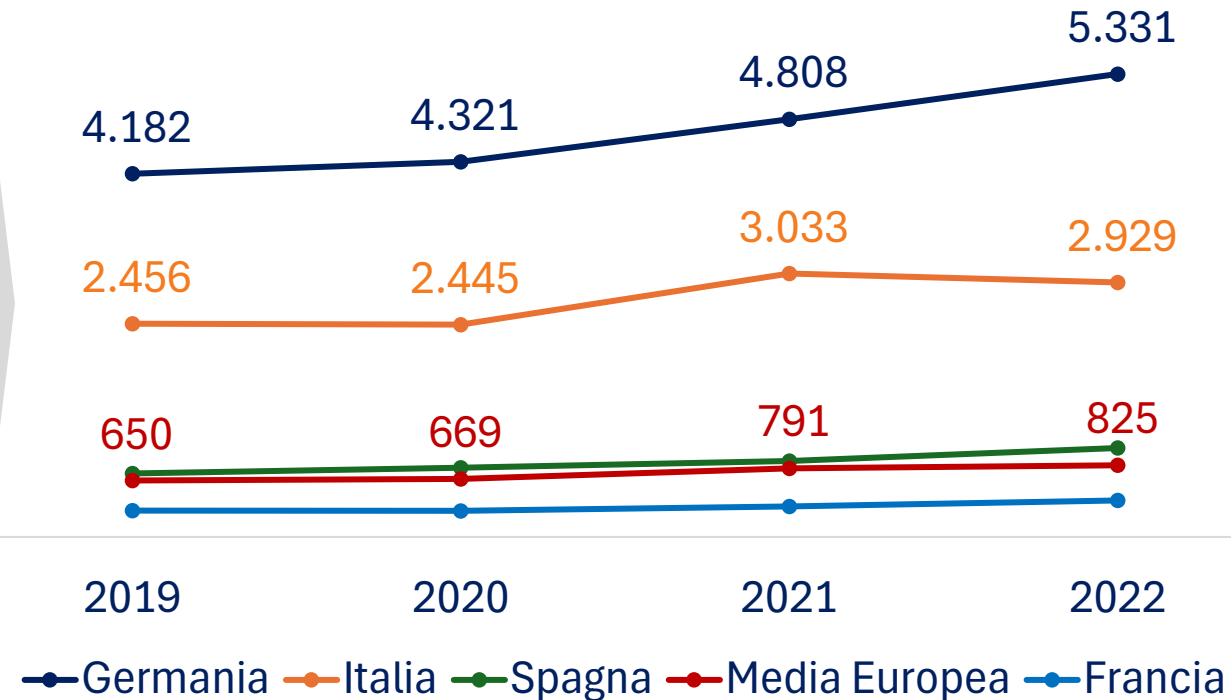
Il valore dell'export del grande costituisce il 69% del valore complessivo di settore e si attesta a livelli ben al di sopra la media europea

Elettrodomestici

Esportazioni nel mondo di grandi e piccoli elettrodomestici
(miliardi di Euro e % sul totale), 2019- 2022



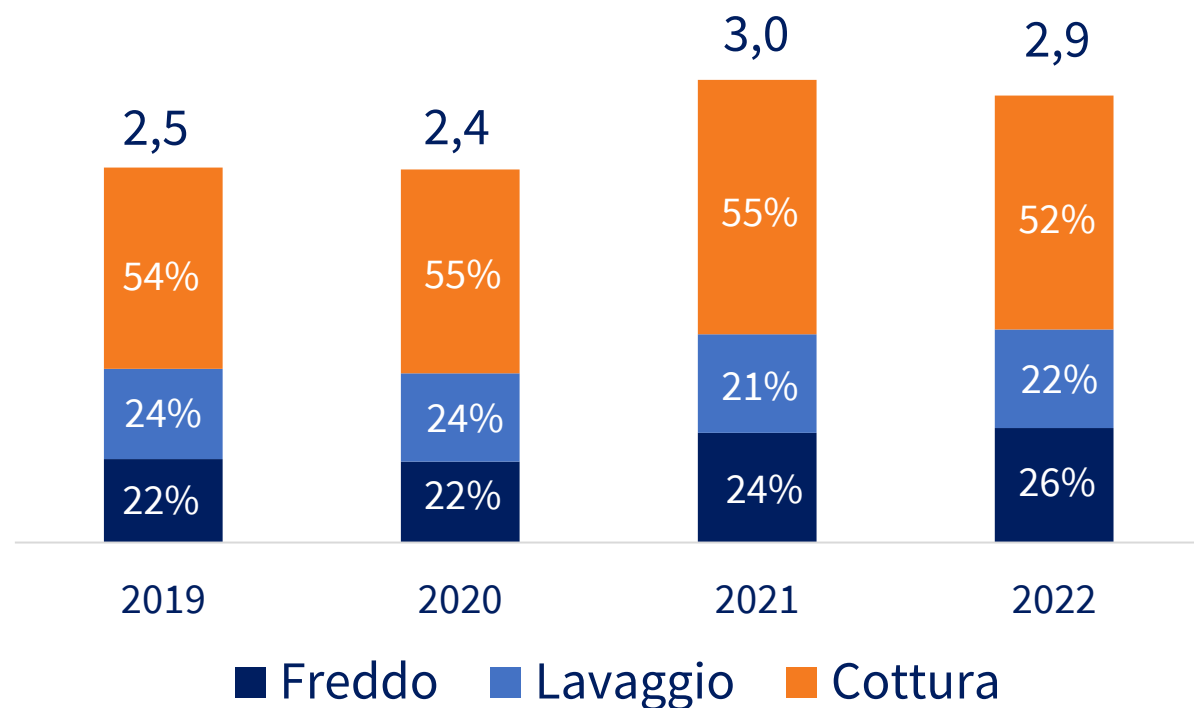
Valore dell'export del grande elettrodomestico italiano rispetto ai principali competitors europei
(milioni di Euro), 2019-2022



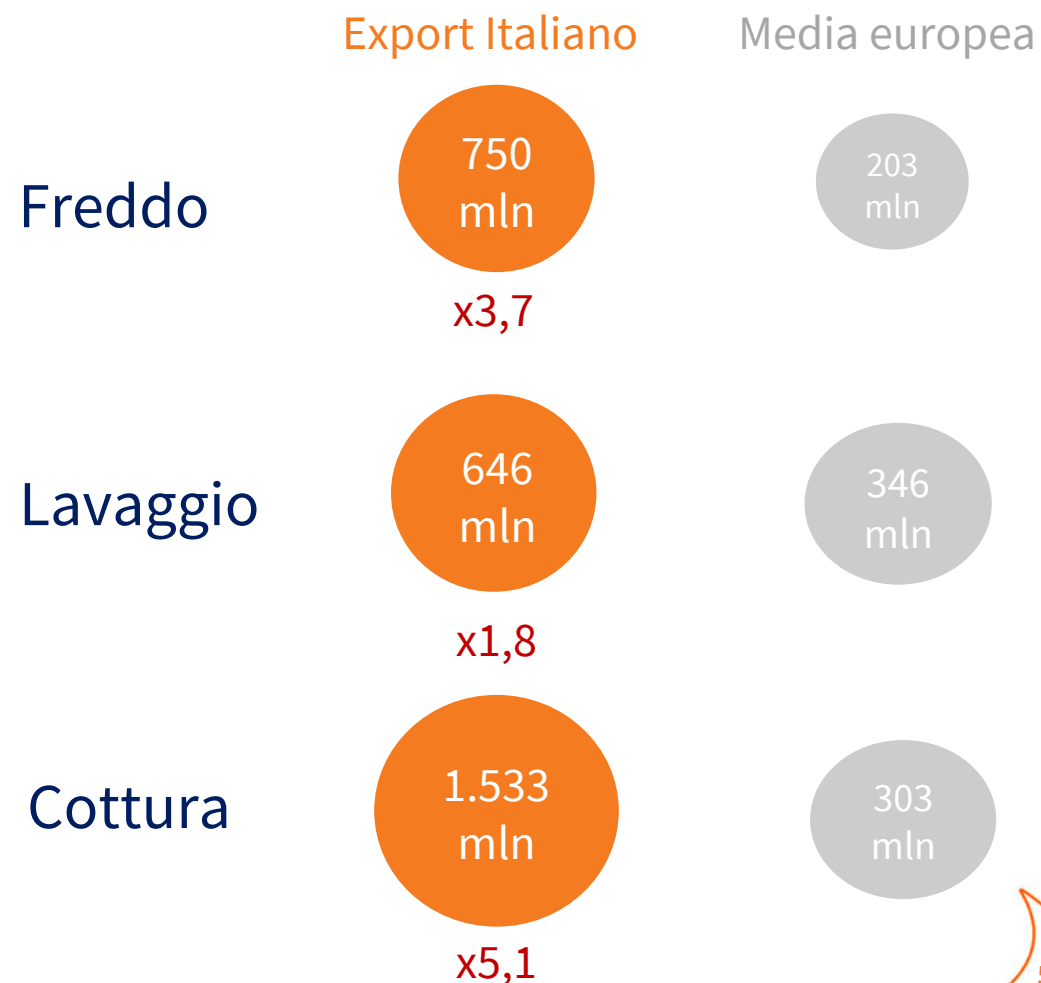
Il comparto cottura genera >50% del valore delle esportazioni del grande elettrodomestico, per un valore oltre 5 volte superiore alla media europea

Elettrodomestici

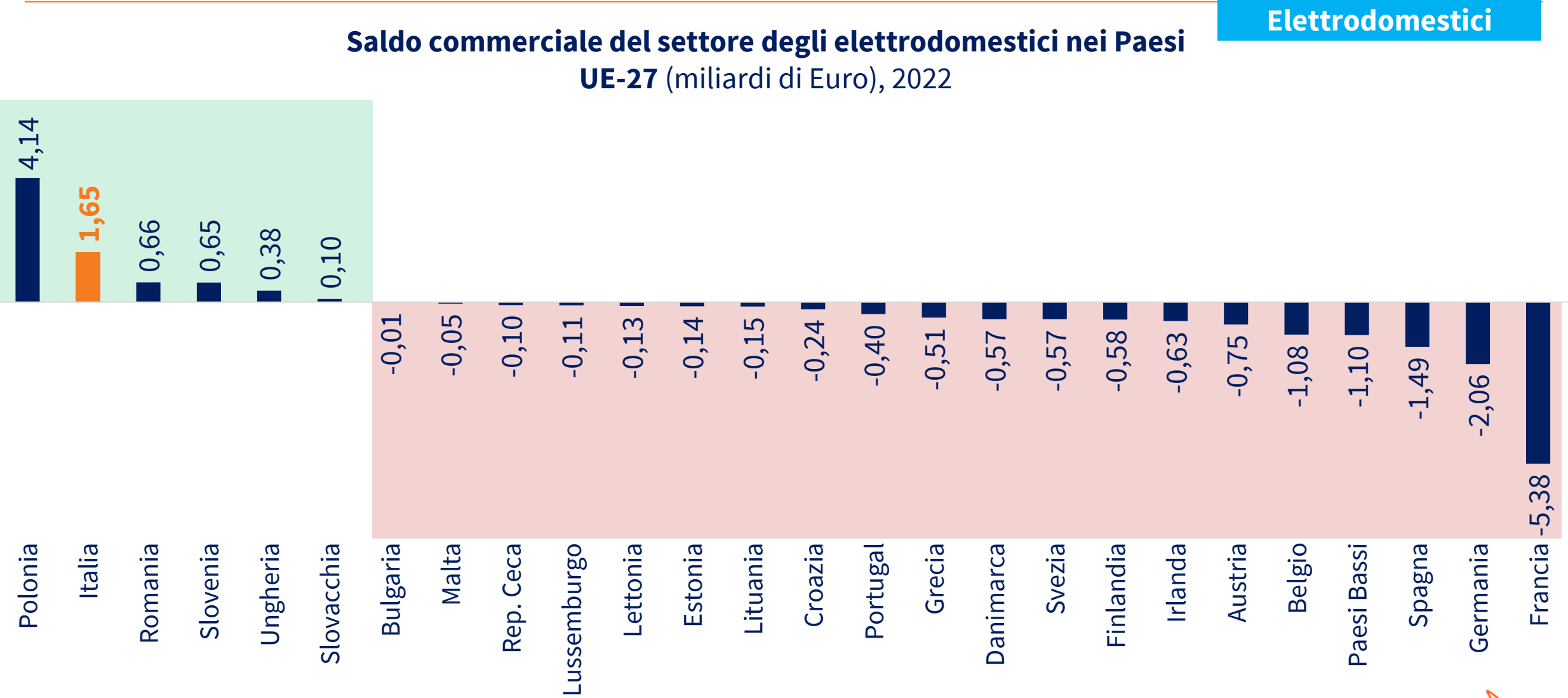
Esportazioni nel mondo di grandi elettrodomestici e quota per comparto (miliardi di Euro e % su totale), 2019-2022



Valore delle esportazione per comparto vs media europea (milioni di Euro), 2019 - 2022



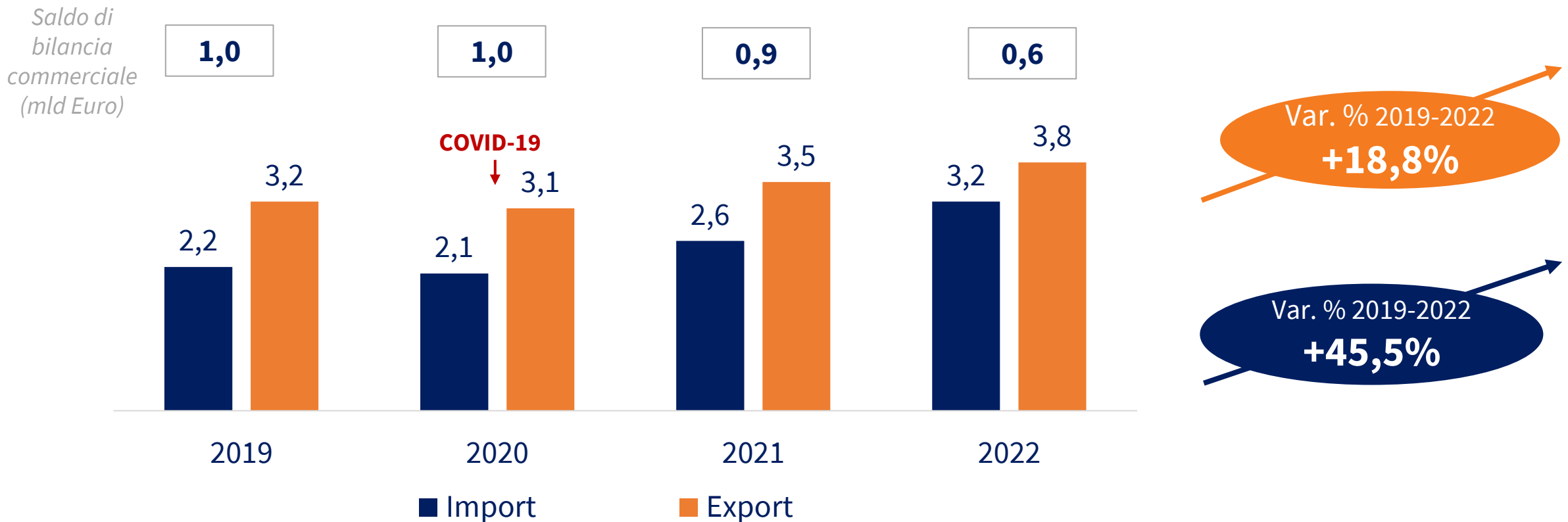
L'Italia è anche il 2° Paese per saldo commerciale nel settore degli elettrodomestici, superato solo dalla Polonia



Dal pre-pandemia l'export di componentistica italiana nel mondo è cresciuto del +18,8%, raggiungendo il valore record di 3,8 mld di Euro

Componentistica

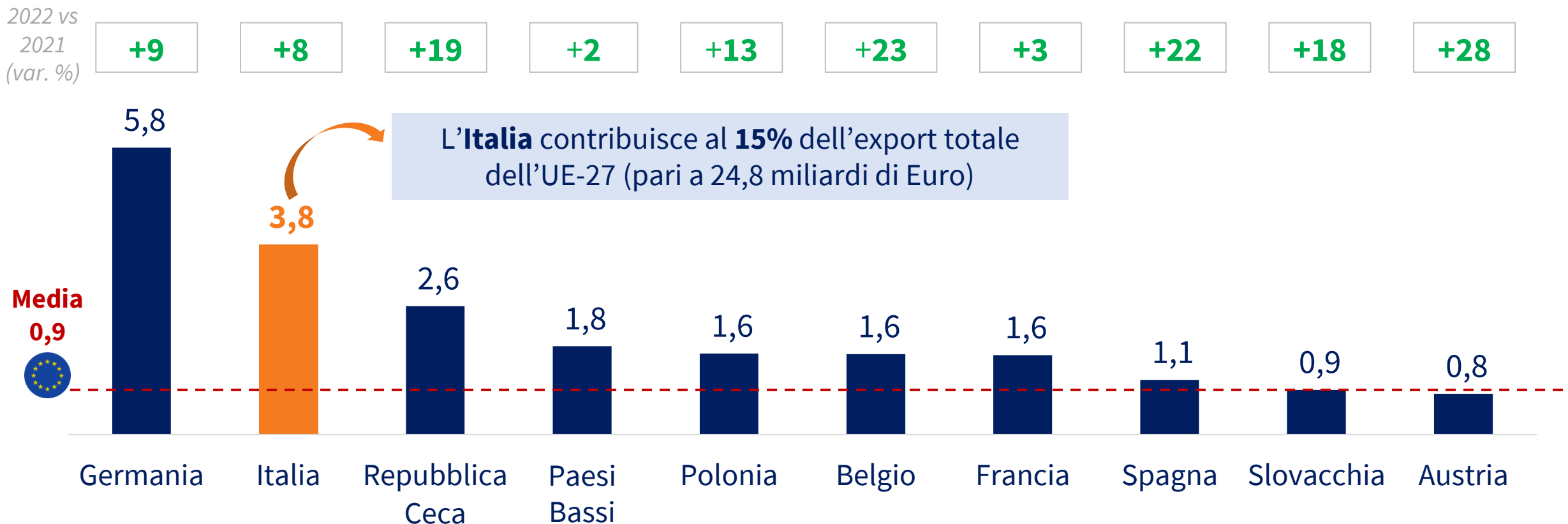
Esportazioni e importazioni dell'Italia nel settore della componentistica per elettrodomestici (miliardi di Euro e var. %), 2019-2022



L'Italia si posiziona al 2° posto nella classifica UE-27 per esportazioni di componentistica per elettrodomestici nel mondo

Componentistica

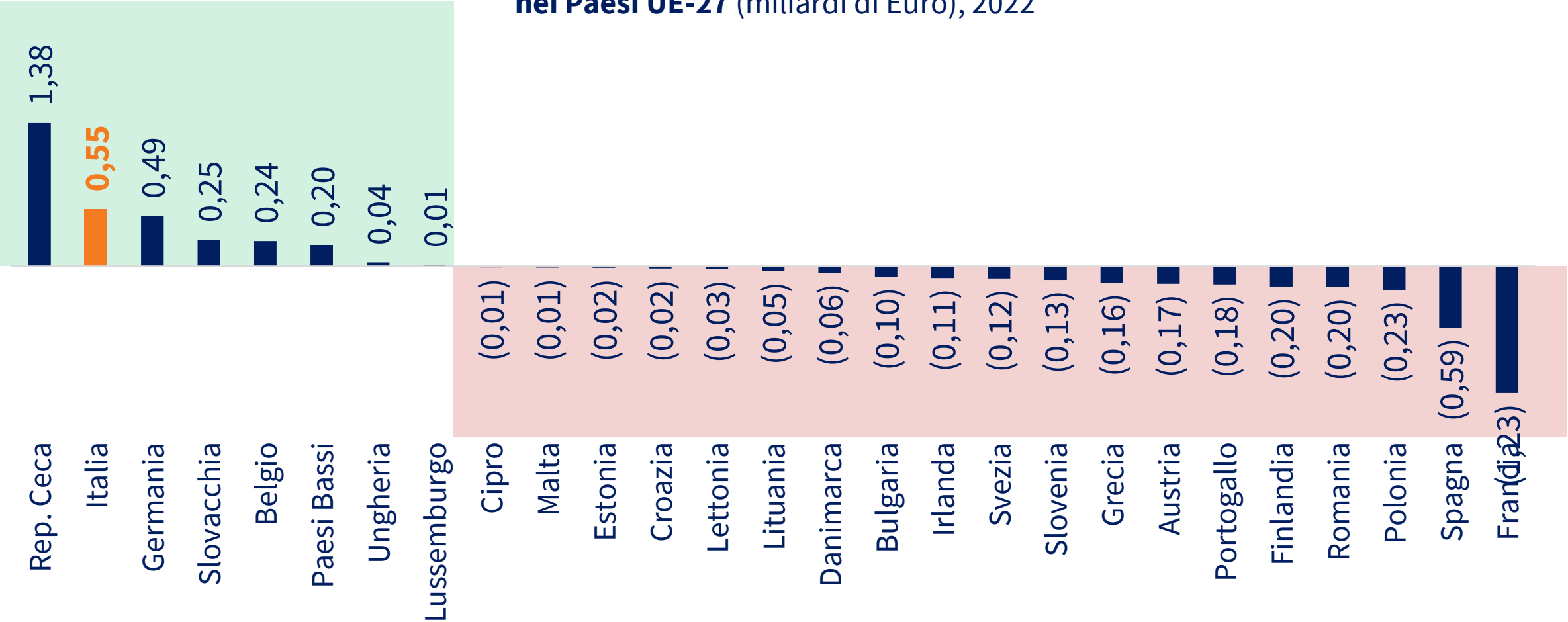
Esportazioni nel mondo di componentistica per elettrodomestici per i primi 10 Paesi UE-27
(miliardi di Euro), 2022



L'Italia si posiziona al 2° posto nella classifica UE-27 per saldo commerciale nella componentistica per elettrodomestici

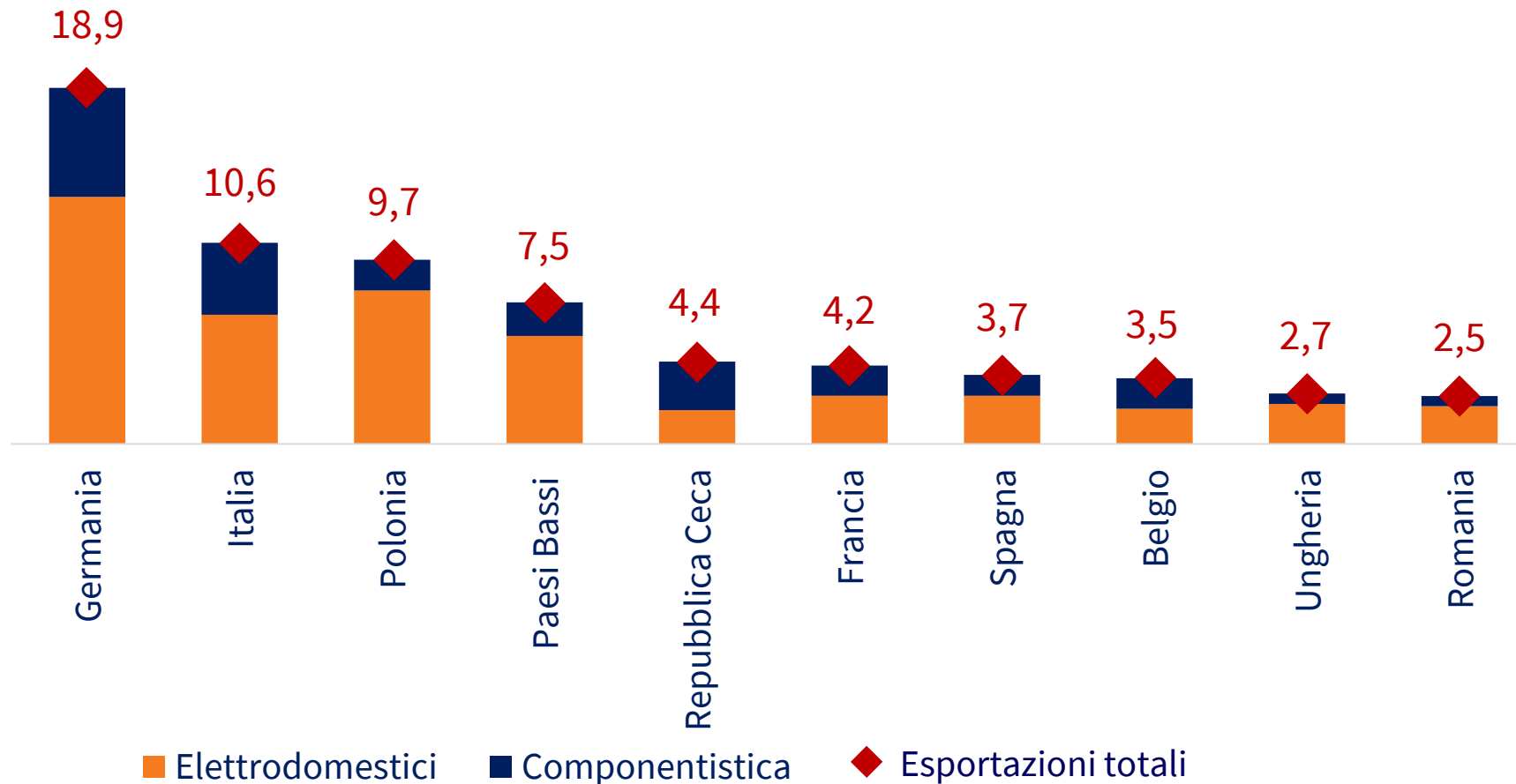
Componentistica

Saldo commerciale della componentistica per elettrodomestici
nei Paesi UE-27 (miliardi di Euro), 2022



Una vista di sintesi: l'Italia è il secondo Paese UE per esportazioni nella filiera core degli elettrodomestici, con un valore di quasi 11 miliardi di Euro

Esportazioni cumulate della filiera core degli elettrodomestici per i primi 10 Paesi UE-27 (miliardi di Euro), 2022



- Il **13,2%** di tutto l'**export europeo** di elettrodomestici e componentistica per elettrodomestici è **Made in Italy**
- Il **valore delle esportazioni** generate dalla filiera core degli elettrodomestici nel 2022 è pari al **2%** del totale delle esportazioni italiane
- Gli elettrodomestici in senso allargato* sono la **12esima categoria di esportazione italiana nel 2022** (su un totale di 268 categorie)

Messaggio 6

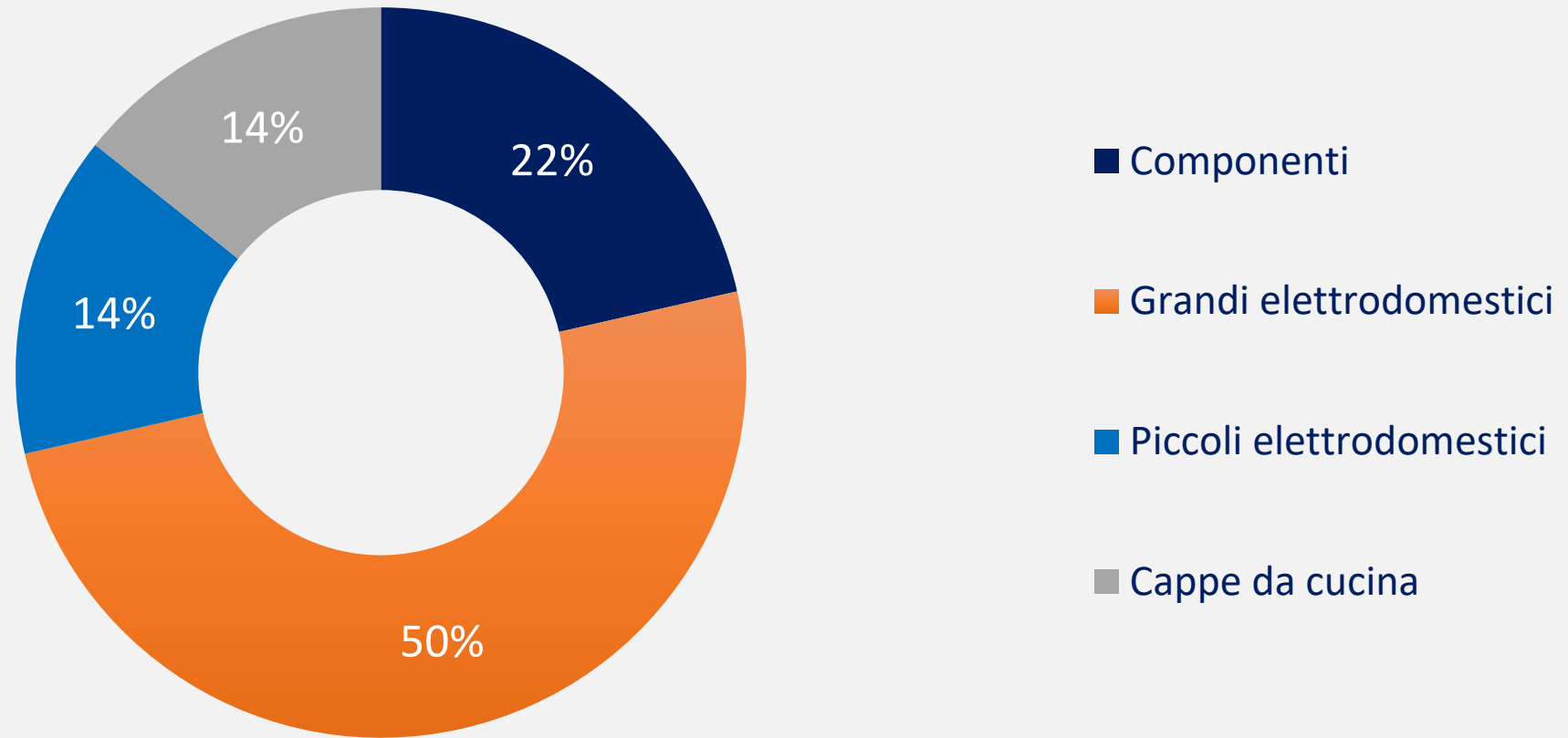
Circa il **70%** degli operatori del settore riconosce alcuni **elementi distintivi** all'industria degli elettrodomestici italiana: **qualità, artigianalità e know-how**. A livello internazionale tale distintività è percepita in maniera differenziata a seconda del mercato di sbocco:
in Nord America e in Asia il valore del Made in Italy viene maggiormente percepito

The European House – Ambrosetti ha realizzato una survey rivolta agli associati di APPLiA per monitorare il sentiment degli operatori del settore

- The European House - Ambrosetti ha realizzato una **survey rivolta agli associati di APPLiA** con i seguenti obiettivi:
 - **Approfondire lo scenario di riferimento** del settore degli elettrodomestici e analizzare le **distintività** della filiera degli elettrodomestici
 - Raccogliere il sentiment delle aziende del settore sulle **sfide e opportunità** della filiera degli elettrodomestici, anche alla luce dello scenario in rapida evoluzione
 - Approfondire i **principali driver di sviluppo**, a partire dalla crescente spinta verso la **sostenibilità e innovazione**
- La survey è stata somministrata tra **aprile e maggio 2024** agli associati APPLiA, ovvero tra le realtà più significative per il settore degli elettrodomestici in Italia
- Il campione è **rappresentativo dell'universo nazionale** di riferimento per comparto di riferimento e dimensione aziendale

Il campione è rappresentativo del settore degli elettrodomestici italiano e coinvolge tutte le principali realtà

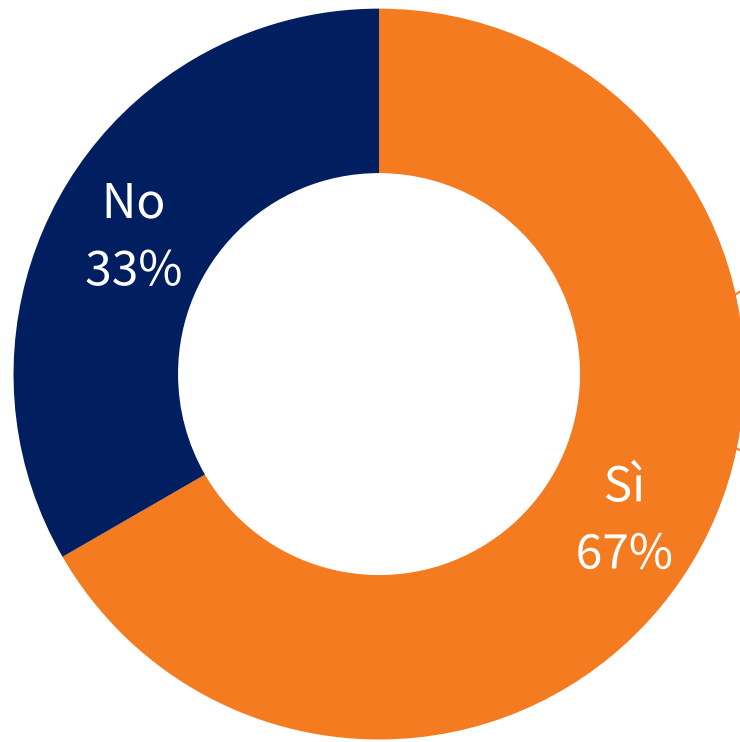
Distribuzione degli associati APPLiA coinvolti per comparto (% del totale), 2024



Il 70% dei rispondenti riconosce alcuni elementi distintivi all'industria degli elettrodomestici italiana: qualità, artigianalità e know-how

Risposte alla domanda: «Attribuisce dei tratti distintivi all'industria italiana degli elettrodomestici?»

(% del totale), 2024



Risposte alla domanda: «Quali di questi fattori descrivono in maniera più puntuale le distintività dell'industria italiana degli elettrodomestici?»

(% del totale che ha risposto «Sì», risposta multipla), 2024



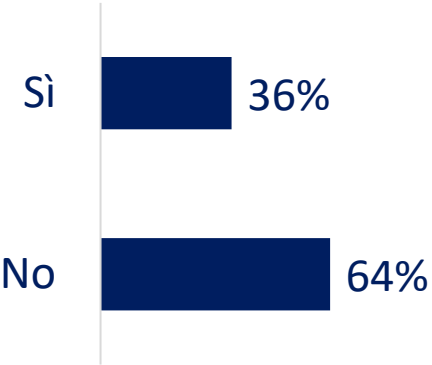
(*) A partire da qualità, artigianalità e know-how

La distintività italiana viene percepita soprattutto in Nord America e in Asia

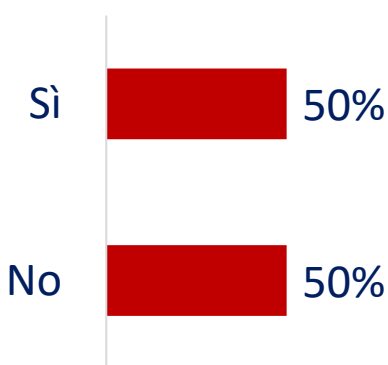
Risposte alla domanda: «*Nelle vostre attività commerciali, ritiene che sia riconosciuto un valore aggiuntivo per la provenienza italiana rispetto alla media di un prodotto analogo ?*» per macro-area (% del totale), 2024



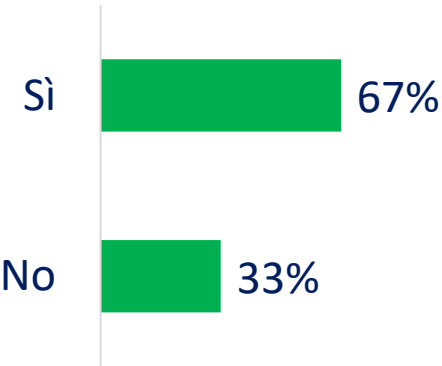
Europa



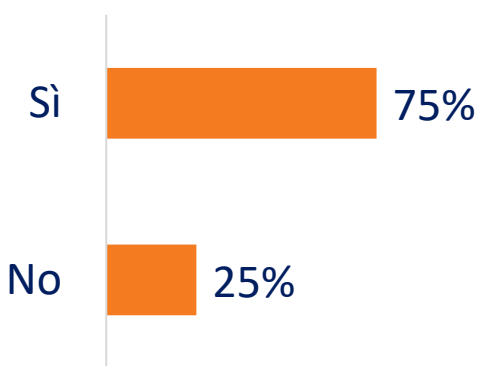
Sud America



Nord America

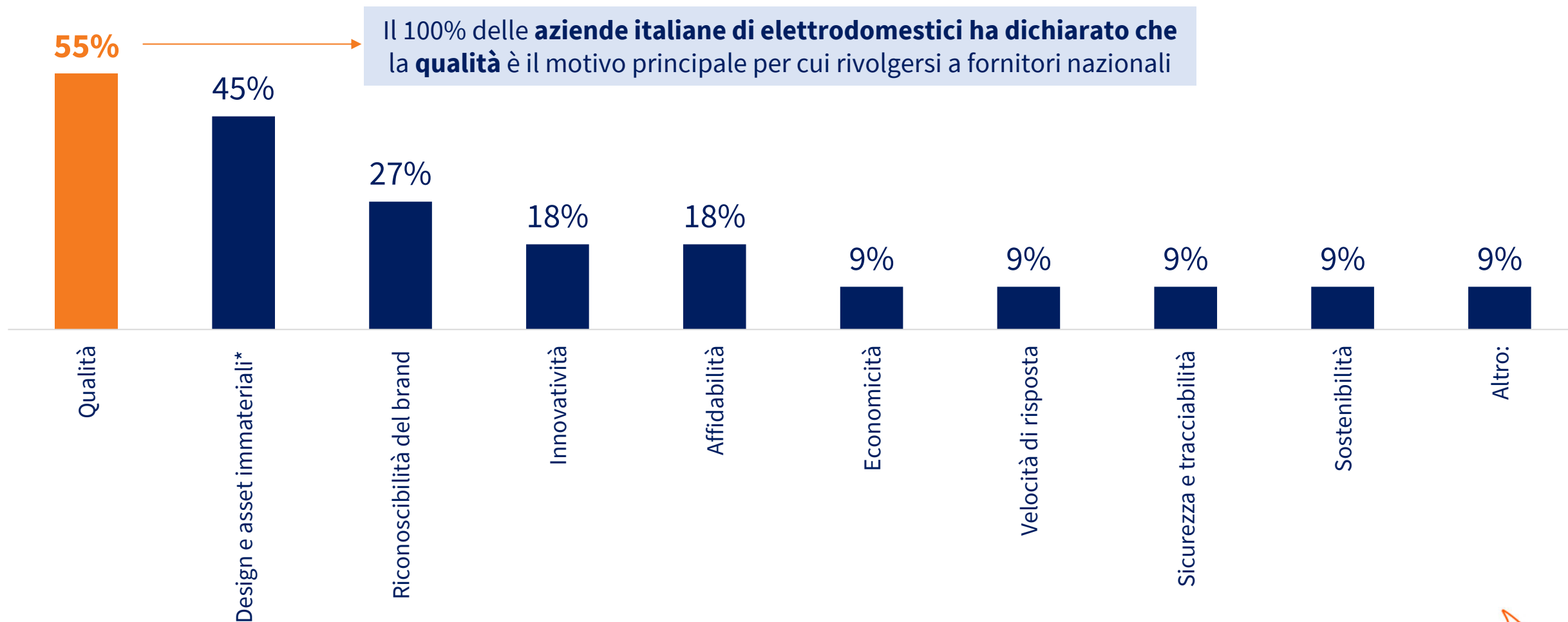


Asia



Questo è possibile grazie ad una forte attenzione alla qualità, che rappresenta il driver principale nella scelta dei fornitori

Risposte alla domanda: «Quali sono i motivi per cui si rivolge, quando possibile, a fornitori italiani?»
(% del totale, possibilità di risposta multipla), 2024



N.B. A questa domanda hanno risposto esclusivamente le aziende del settore degli elettrodomestici, mentre non hanno risposto le aziende del settore della componentistica. (*) per asset immateriali si intendono, ad esempio, artigianalità e know-how.

Fonte: survey TEHA Group agli associati APPLiA, maggio 2024

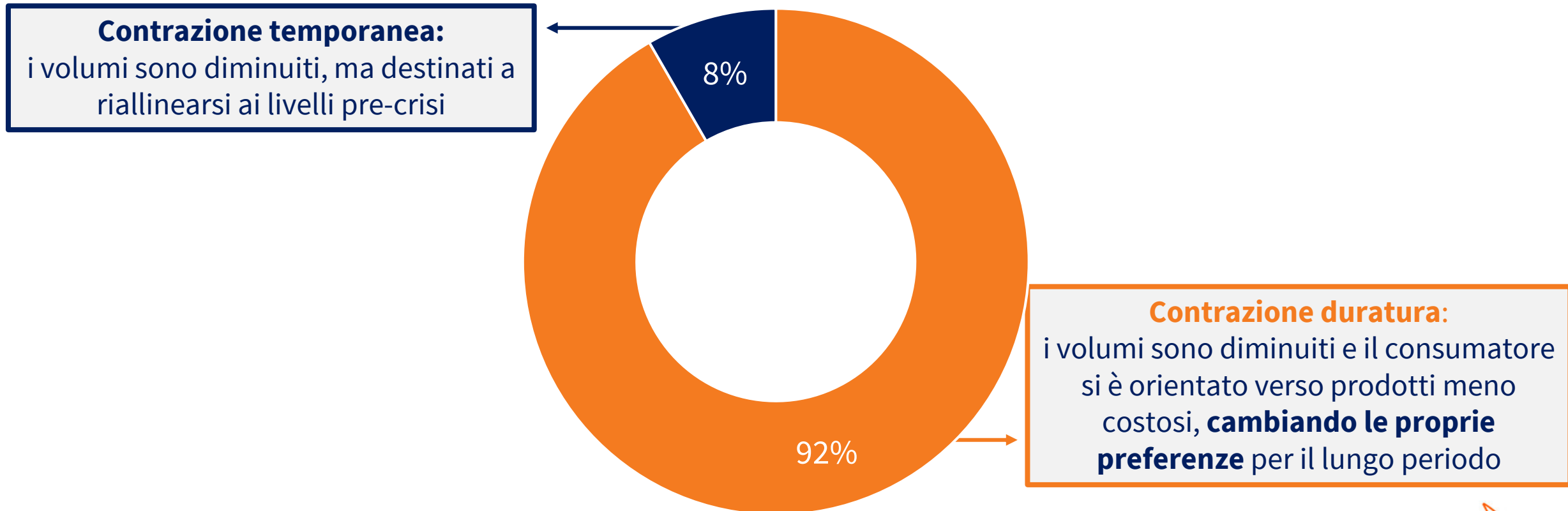
Messaggio 7

Il settore degli elettrodomestici sta affrontando **alcuni fattori di crisi**, con impatti diretti sul business: **9 operatori su 10** hanno sperimentato una **contrazione duratura dei volumi** di vendita e i consumatori preferiscono **prodotti meno costosi** per difendersi dell'inflazione. Per rimanere competitivi è cruciale puntare su **innovazione** e sviluppo dei **canali online**

La totalità dei rispondenti ha riscontrato una contrazione dei volumi di vendita a seguito delle crisi in atto, un cambiamento duraturo per 9 su 10

Risposte alla domanda: «*Quale impatto ha riscontrato a seguito delle molteplici crisi in atto* sulla vendita degli elettrodomestici?*» (% del totale, possibilità di risposta multipla), 2024

Tutti i rispondenti hanno riscontrato una **contrazione dei volumi** di vendita a seguito delle molteplici crisi



Per gli operatori del settore, le principali sfide sono la preferenza dei consumatori per prodotti più economici e la pressione inflattiva

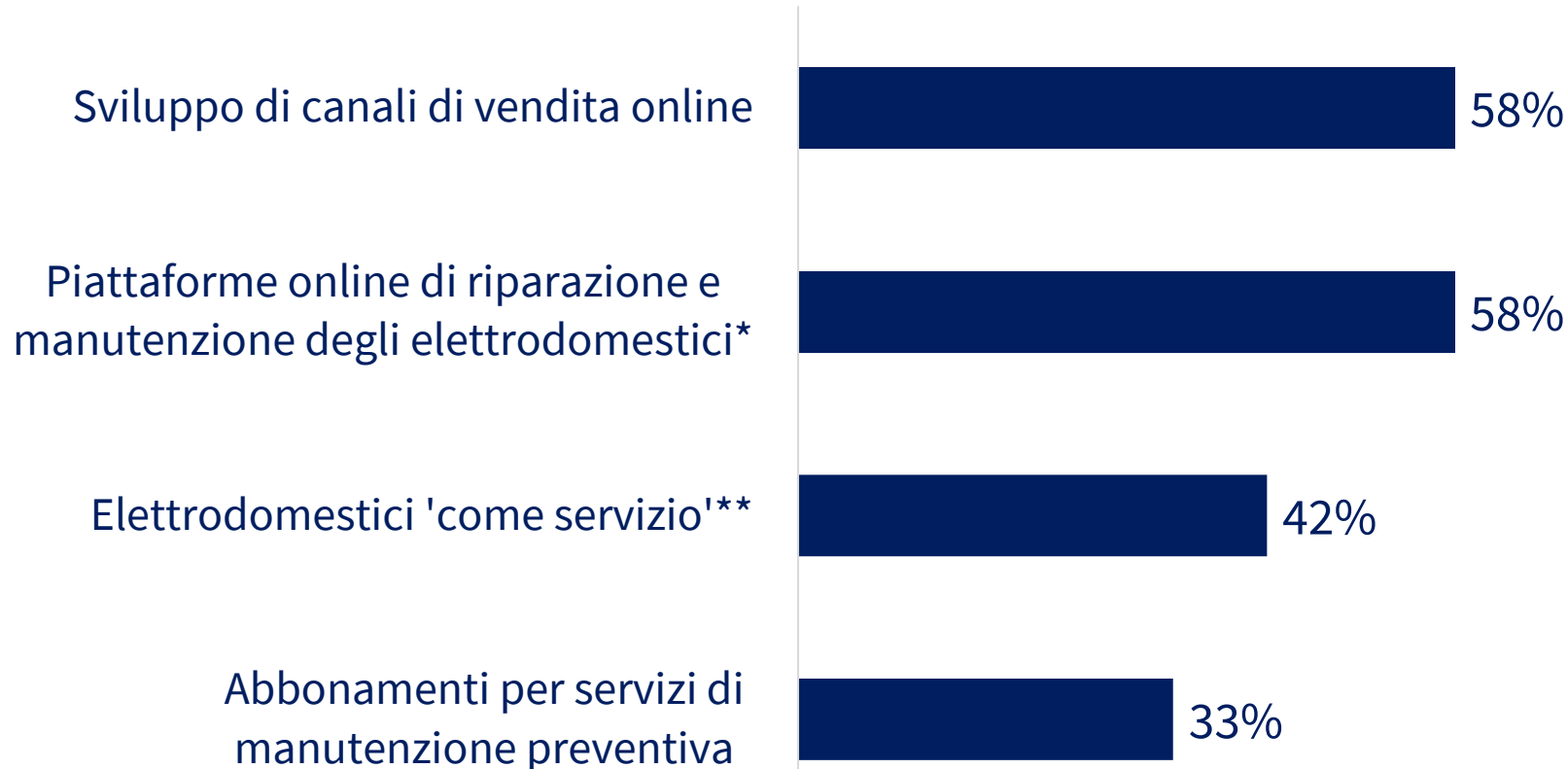
Risposte alla domanda: «Quali sono le principali sfide del suo settore?»

(% del totale, possibilità di risposta multipla), 2024



Per rimanere competitivi è necessario puntare su nuovi modelli di business, tra cui lo sviluppo di canali online, sia per le vendite che la manutenzione

Risposte alla domanda: «Quali sono i nuovi modelli di business che risulterà cruciale adottare nel settore per restare competitivi?» (% del totale, possibilità di risposta multipla), 2024

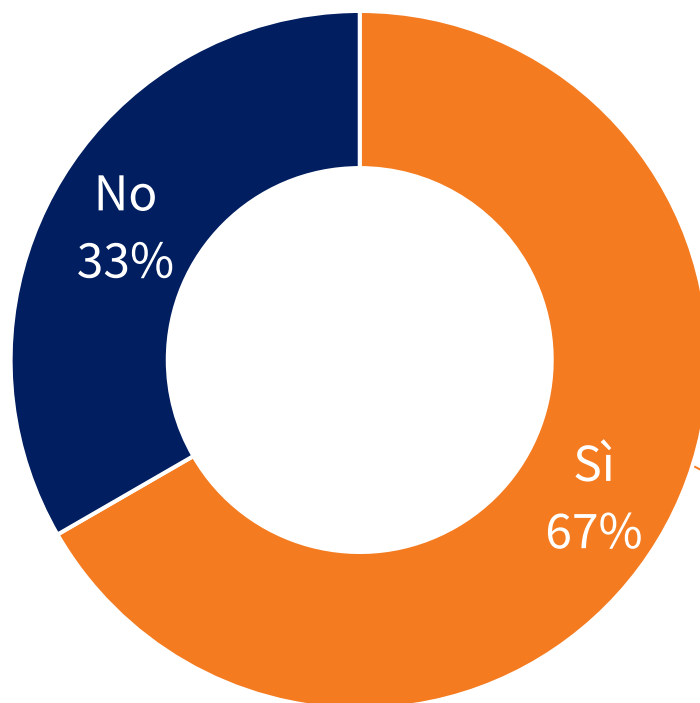


- La **totalità dei produttori di grandi elettrodomestici** reputa lo **sviluppo di canali di vendita diretti al consumatore** un modello di business cruciale da adottare per restare competitivi
- Per i produttori di **piccoli elettrodomestici** (100%) e di **componenti** (67%) il modello di business che sarà cruciale adottare sono le **piattaforme online di riparazione e manutenzione degli elettrodomestici**

(*) esempi di questo modello di business sono piattaforme che permettano ai consumatori di rintracciare i pezzi di ricambio necessari per i loro apparecchi e ordinarli direttamente a casa, oppure piattaforme per indirizzare le richieste di assistenza tecnica dei clienti (**) 'come servizio' è inteso come pagamento di canone mensile per l'utilizzo degli apparecchi, inclusi servizi di manutenzione e assistenza tecnica, servizi di noleggio, ecc....

Il 67% dei rispondenti ha aperto un canale di vendita online e ha riscontrato maggiore promozione del brand e interazione con il cliente

Risposte alla domanda: «Negli ultimi anni, seguendo il trend di digitalizzazione del settore, la sua organizzazione ha attivato un canale di vendita online?» (% del totale), 2024



Risposte alla domanda: «Come pensa che il canale di vendita online possa avere impattato sulla sua attività?» (% di coloro che hanno risposto «Sì», possibilità di risposta multipla), 2024



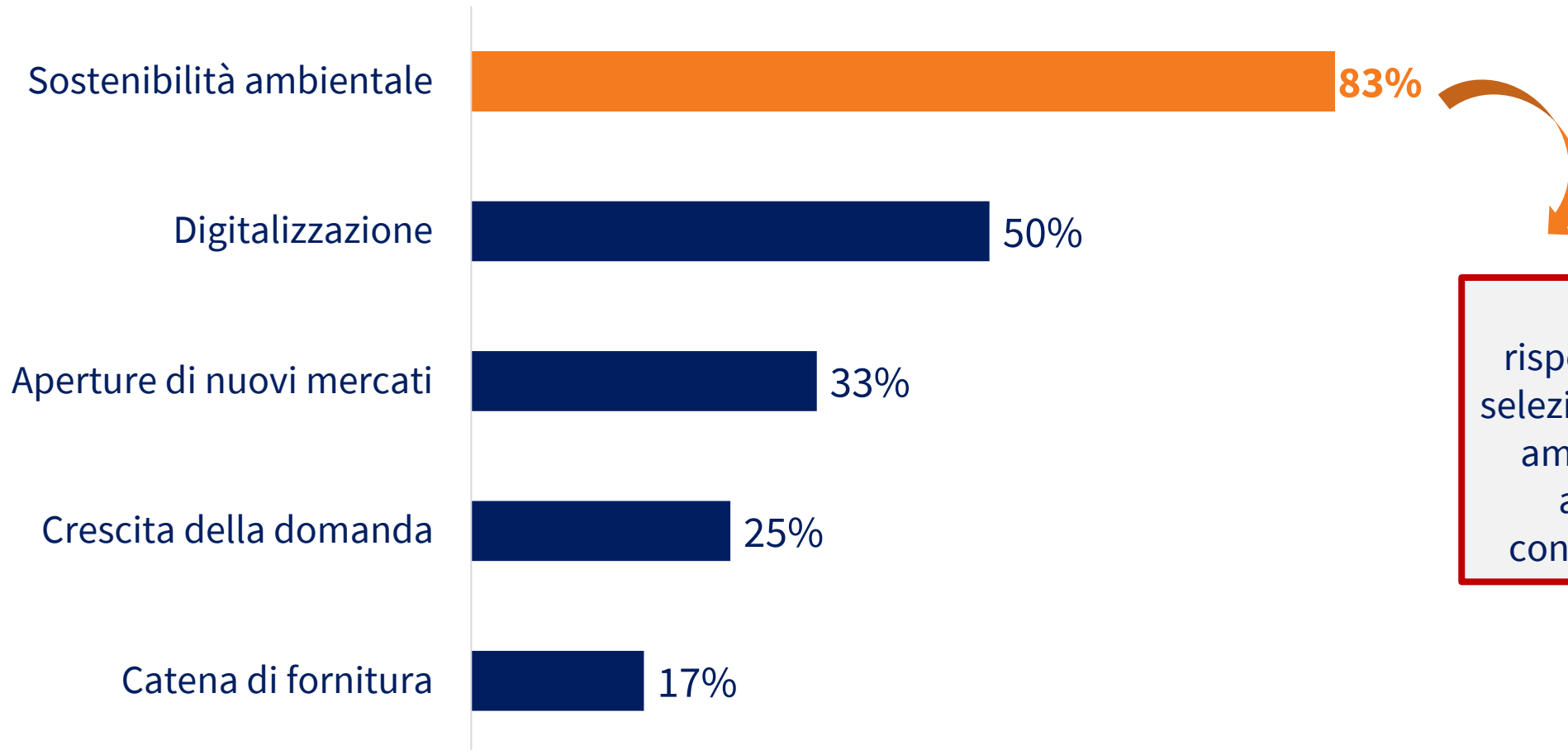
Solamente il **33%** delle **aziende italiane** ha aperto un canale di vendita online, contro il **75% dei gruppi internazionali**

Messaggio 8

La sostenibilità ambientale è la **principale opportunità di sviluppo** nel settore degli elettrodomestici, con **un terzo delle aziende** che pensa di investire fino al **10%** del totale del proprio budget

La sostenibilità ambientale rappresenta la principale opportunità di sviluppo nel settore degli elettrodomestici

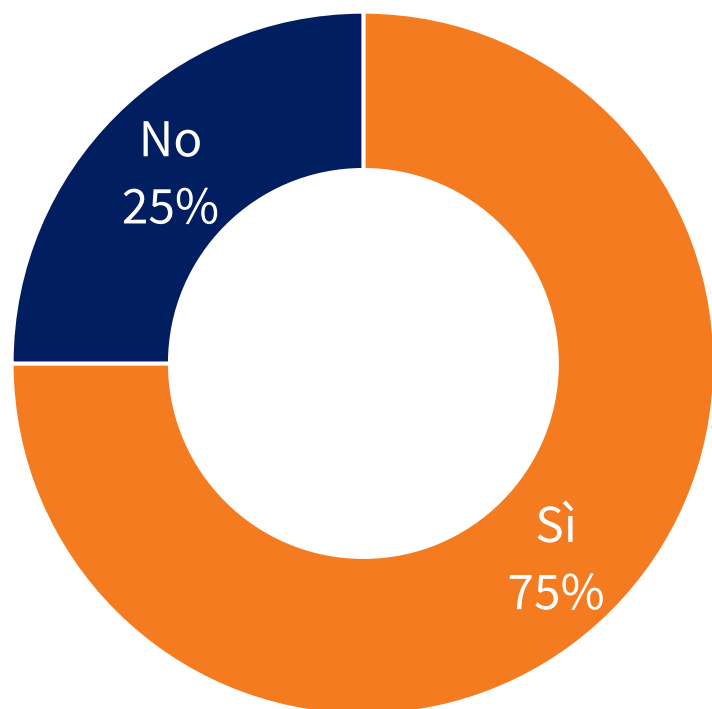
Risposte alla domanda: «Quali sono le principali opportunità del suo settore?»
(% del totale, possibilità di risposta multipla), 2024



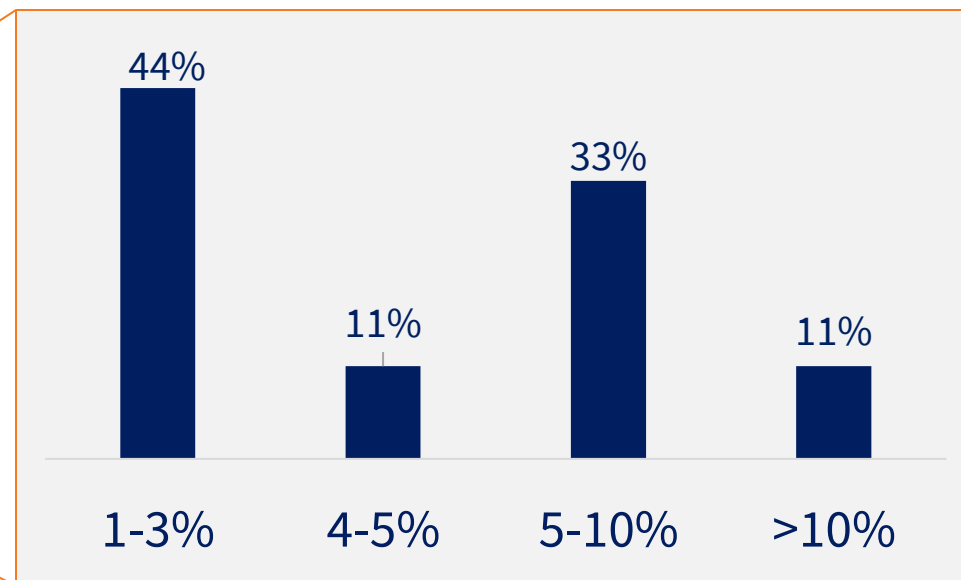
Per **il 30%** dei rispondenti che hanno selezionato «sostenibilità ambientale», questo aspetto è anche considerato una **sfida**

3/4 dei rispondenti hanno definito dei target per la sostenibilità ambientale ed un terzo pensa di investire fino al 10% del totale del proprio budget

Risposte alla domanda: «I piani di investimento della sua azienda prevedono target specifici per il raggiungimento di una maggiore sostenibilità ambientale?» (% del totale), 2024



Risposte alla domanda: «Quale ammontare di investimento è previsto espresso in percentuale sul fatturato?» (% di coloro che hanno risposto «Sì»), 2024



Il settore può contribuire alla transizione sostenibile garantendo prodotti duraturi, longevi ed efficienti, oltre a migliorare i processi produttivi...

Risposte alla domanda «In che modo il settore degli elettrodomestici può contribuire alla transizione sostenibile e circolare del Paese?» (valori % sul totale, possibilità di risposta multipla), 2024

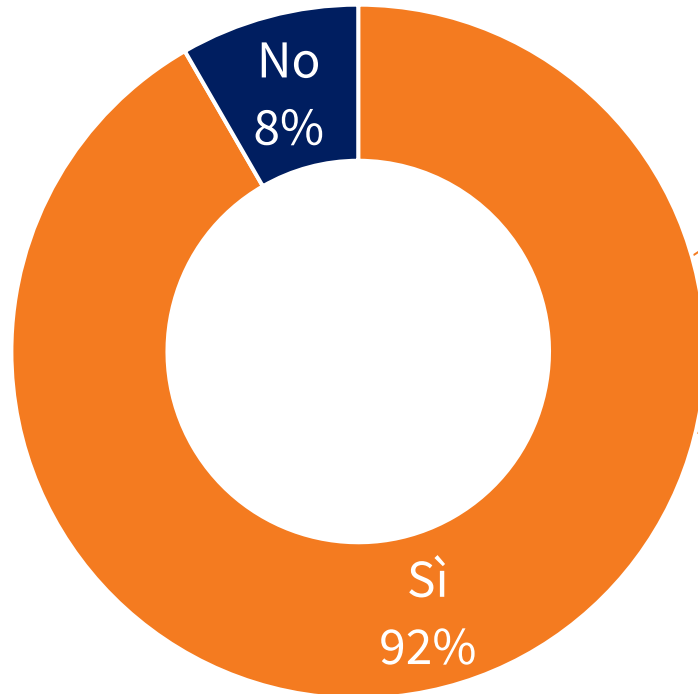


L'ordine delle prime tre risposte cambia a seconda del settore:

- Per **grandi elettrodomestici** è «maggiore efficienza energetica»
- Per **piccoli elettrodomestici** è «durabilità e longevità dei prodotti»
- Per la **componentistica** è «miglioramento dei processi di produzione»

...su cui oltre 9 aziende su 10 hanno già migliorato le proprie performance, riducendo i consumi energetici e la generazione di rifiuti

Risposte alla domanda: «Negli ultimi 5 anni, la sua azienda ha effettuato interventi per migliorare i processi di produzione?»
(% del totale), 2024



Risposte alla domanda: «Quali benefici ha riscontrato a seguito di questi interventi?»

(% di coloro che hanno risposto «Sì», possibilità di risposta multipla), 2024

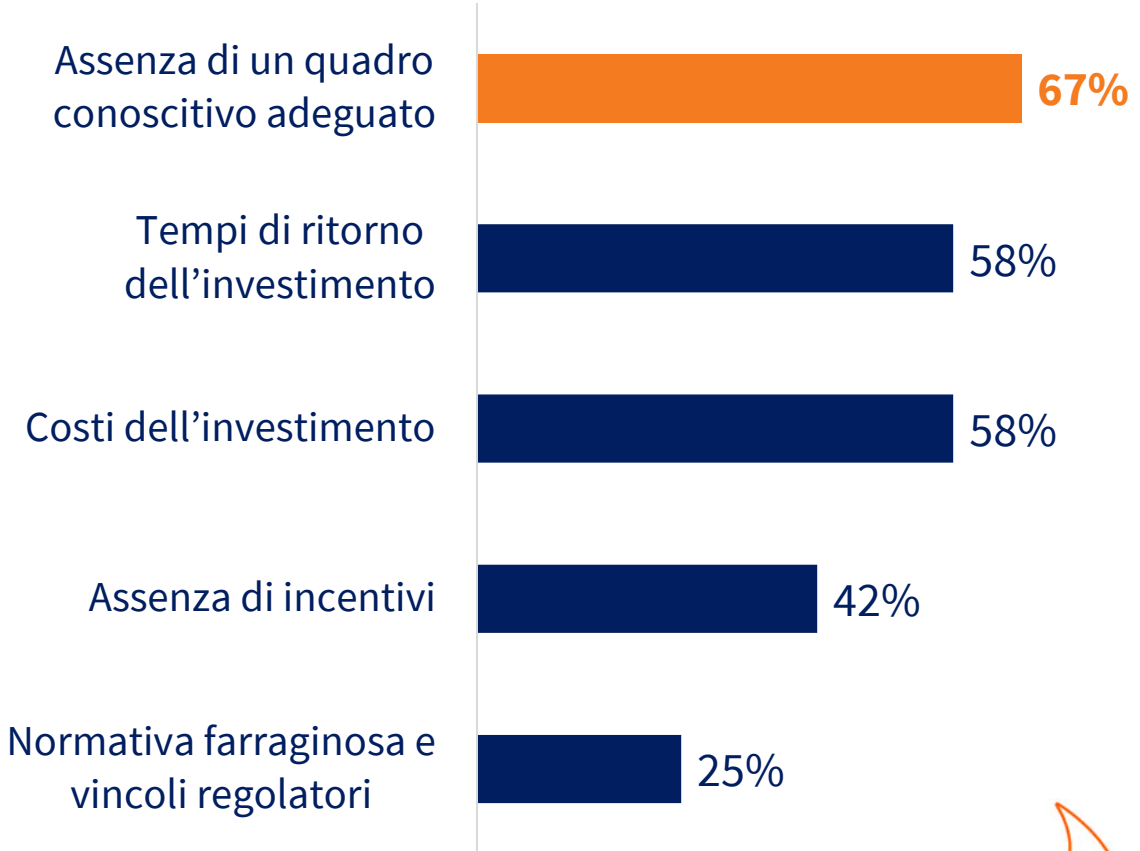


L'efficienza è prioritaria per i consumatori nella scelta degli elettrodomestici, ma l'assenza di conoscenza è un ostacolo alla transizione sostenibile

Risposte alla domanda: «Quali delle seguenti caratteristiche considera prioritarie e strategiche nella scelta da parte del consumatore finale degli elettrodomestici?» (% del totale, possibilità di risposta multipla), 2024



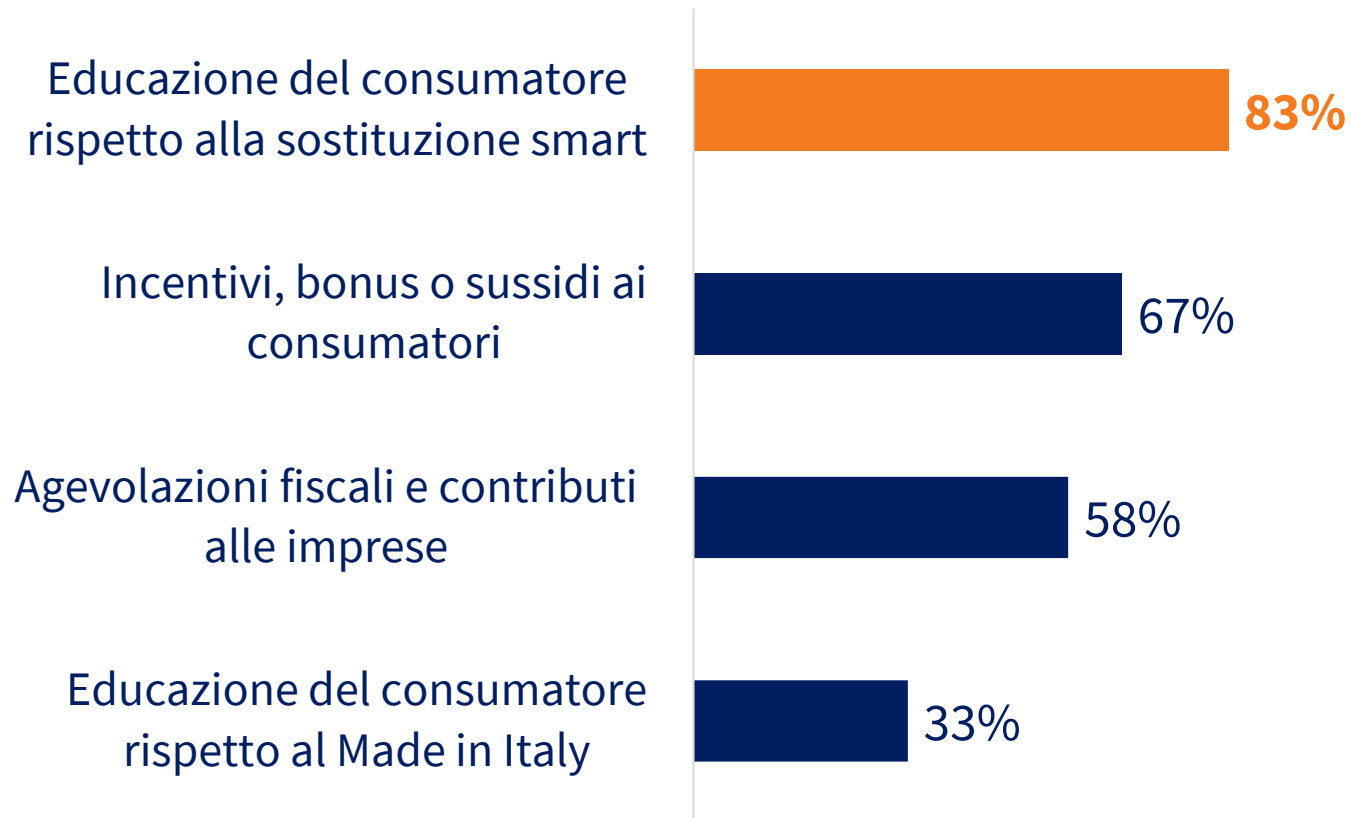
Risposte alla domanda: «Quali sono i principali fattori che ostacolano la transizione sostenibile e circolare nel settore degli elettrodomestici?» (% del totale, possibilità di risposta multipla), 2024



È necessario incentivare i consumatori a sostituzioni in chiave smart attraverso un'adeguata educazione del consumatore

Risposte alla domanda: «Quali potrebbero essere le azioni più efficaci da mettere in capo da parte delle Istituzioni italiane per sostenere la competitività del comparto?»

(% del totale, possibilità di risposta multipla), 2024



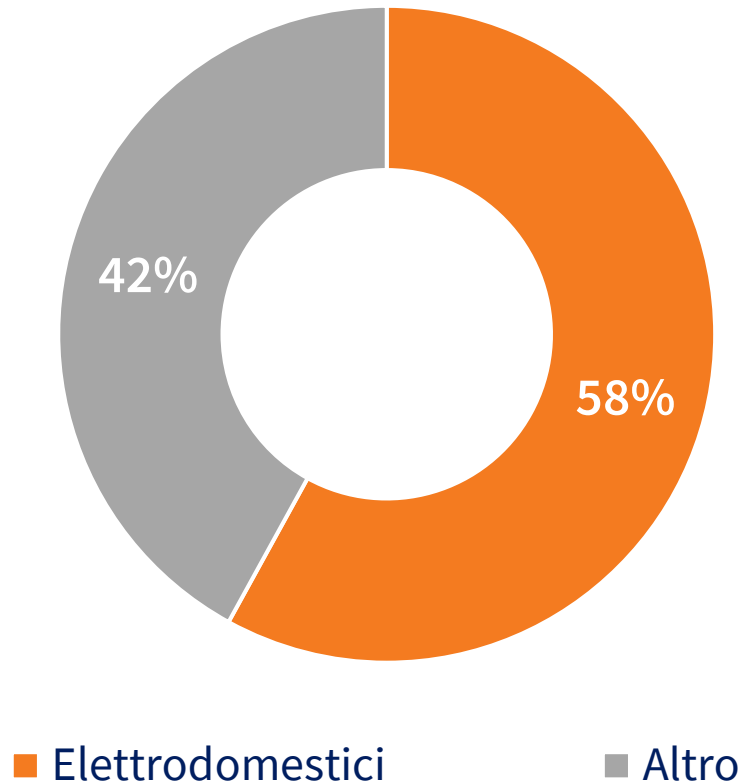
- **I consumatori non sono sufficientemente a conoscenza** dei vantaggi della sostituzione in chiave smart
- Risolvere questa **asimmetria informativa** potrebbe grandi opportunità in ottica **win-win**:
 - **Aumentando la domanda degli elettrodomestici** da parte dei consumatori
 - **Incrementando i livelli di sostenibilità** ambientale delle aziende

Messaggio 9

Grazie alla **sostituzione** in ottica **efficiente** del parco elettrodomestici italiano è possibile abilitare **risparmi energetici** fino a **14 TWh** annui, con una **riduzione delle emissioni di CO₂** fino a **4,7 milioni di tonnellate** l'anno, per un **beneficio economico** complessivo fino a **3 miliardi di Euro** annui

In Italia gli elettrodomestici sono responsabili del 58% dei consumi elettrici domestici...

Ripartizione dei consumi elettrici delle abitazioni in Italia (valori %), 2024



- In Italia il **58%** dei consumi domestici sono legati agli **elettrodomestici**
- Gli apparecchi presenti nelle abitazioni, mediamente con **oltre 12 anni** di vita, sono molto **energivori** rispetto agli apparecchi di nuova generazione

Sostituire i vecchi apparecchi con quelli più efficienti comporta a livello di sistema Paese un **notevole risparmio energetico**

...con frigoriferi, congelatori, lavatrici e lavastoviglie che rappresentano quasi il 70% dei consumi da elettrodomestici

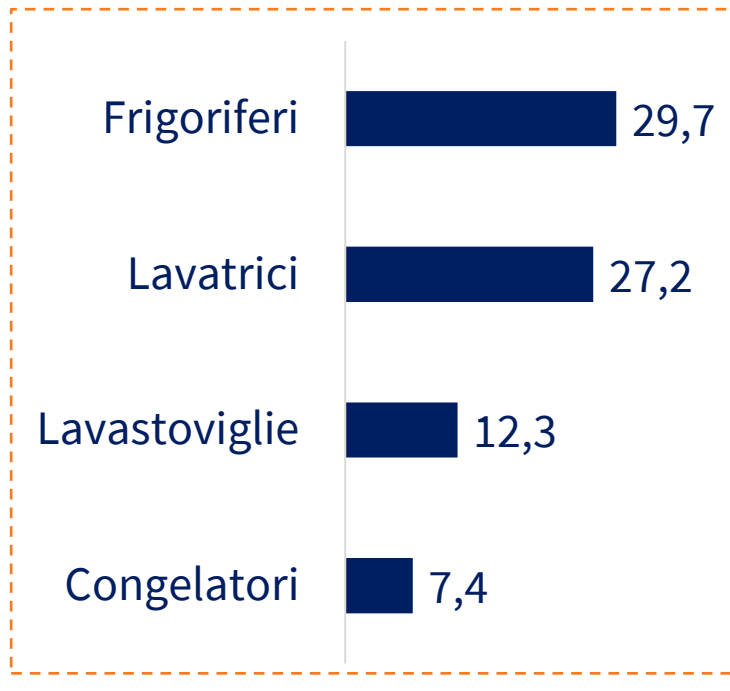
- The European House – Ambrosetti ha **mappato le principali tecnologie** utilizzate nel settore degli elettrodomestici, con l'obiettivo di comprendere, tramite un **modello di stima**, i benefici in termini **ambientali, economici e sociali**
- In particolare, sono state prese in considerazione **4 tipologie di elettrodomestici** (le più significative in termini di consumi energetici), che rappresentano quasi il **70% dei consumi da elettrodomestici** e il **40% dei consumi elettrici delle abitazioni in Italia**

Le tipologie di elettrodomestici analizzate:



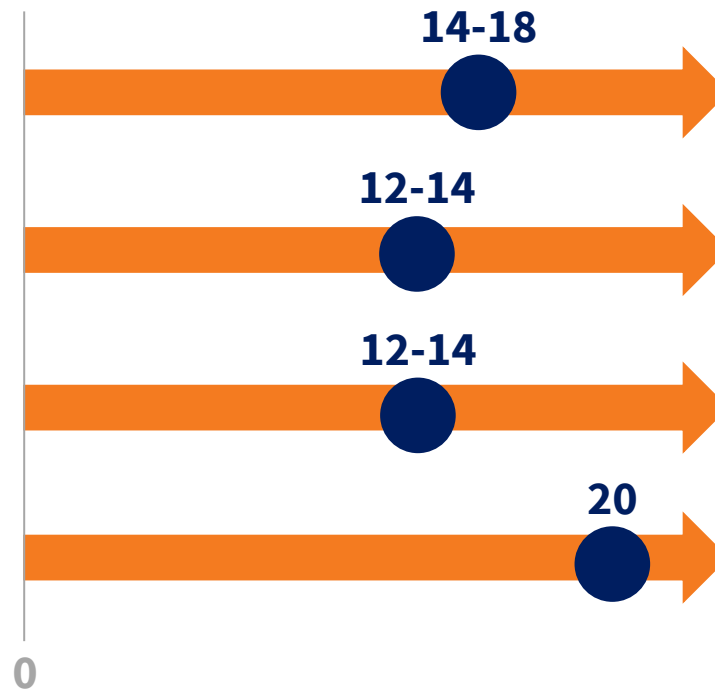
Frigoriferi, congelatori, lavatrici e lavastoviglie rappresentano il 70% dei consumi da elettrodomestici, con una vita media che va dai 12 ai 20 anni...

Unità installate di elettrodomestici per tipologia
(milioni di unità), 2022



Per un totale di
76,6 milioni di elettrodomestici

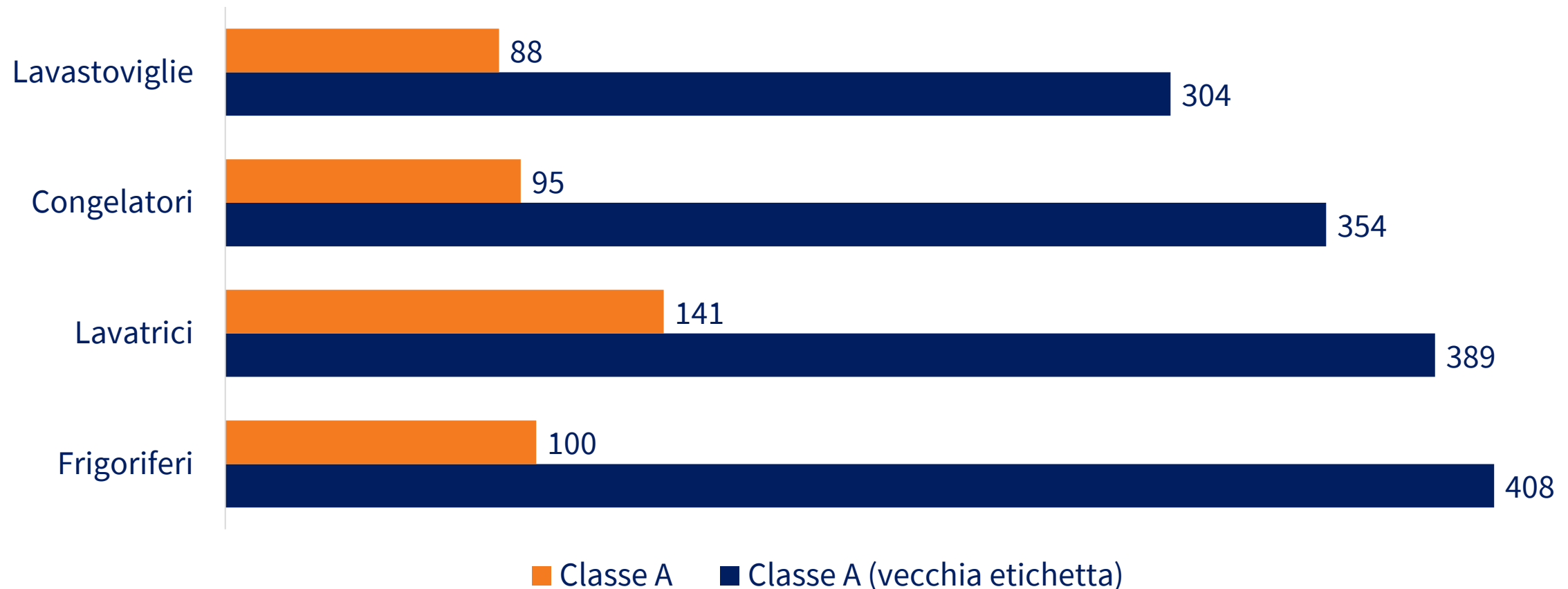
Età media dello stock di elettrodomestici per tipologia
(anni), 2021



- Poco più del **3%** degli apparecchi installati nelle abitazioni è riconducibile a prodotti di **classi energetiche elevate**, con percentuali ancor più basse per la categoria dei frigoriferi e dei congelatori
- Tale evidenza, unitamente all'anzianità del parco installato, significa **ampi spazi di miglioramento** del mercato italiano in termini di performance di **efficienza energetica**

...con delle implicazioni significative a livello di consumo energetico: c'è un ampio gap tra la «best available technology» e la meno efficiente

Consumo medio annuo di «best available technology» e prodotto meno efficiente sul mercato, per tipologia di elettrodomestico (kWh), 2022



Gli elettrodomestici possono fornire un contributo essenziale
all'**efficientamento energetico** del settore residenziale

Muovendo da queste considerazioni, The European House – Ambrosetti ha
elaborato un **modello di simulazione dei benefici energetici, ambientali
ed economici** connessi alla **sostituzione** degli elettrodomestici meno
efficienti con le «**best available technologies**» per le **4 categorie di
elettrodomestici maggiormente energivori**

La metodologia per il calcolo dei benefici derivanti dall'efficientamento degli elettrodomestici: la riduzione dei consumi e delle emissioni di CO₂

- Sono stati sviluppati **3 scenari potenziali** che analizzano la **sostituzione degli elettrodomestici meno efficienti con le «best available technologies» disponibili a mercato** per le 4 categorie di elettrodomestici maggiormente energivori
- In primo luogo, è stato calcolato il **consumo** e le conseguenti **emissioni di CO₂** derivanti dalla quota del parco installato suscettibile di sostituzione (**scenario «as is»**)
- Successivamente, per calcolare i relativi benefici, sono stati ipotizzati **3 scenari potenziali** :
 1. **Scenario ideale**: sostituzione di **tutti gli elettrodomestici** di classe energetica **inferiore ad A** (nuova etichettatura) con elettrodomestici di classe A
 2. **Scenario intermedio**: sostituzione di **tutti gli elettrodomestici con la «vecchia» etichetta energetica** con elettrodomestici di classe energetica più efficiente*
 3. **Scenario conservativo**: sostituzione del **16% più inefficiente** del parco elettrodomestici (quota che fa riferimento alla Direttiva europea sulla prestazione energetica degli edifici) con elettrodomestici di classe energetica più efficiente*
- La **differenza dello scenario «as is» con quelli potenziali** in termini di **consumi** ed **emissioni di CO₂** determina il **risparmio effettivo** associato all'utilizzo delle migliori tecnologie sul mercato

La metodologia per il calcolo dei benefici derivanti dall'efficienza degli elettrodomestici: il beneficio economico

- Per calcolare il **risparmio economico** che si avrebbe se si adottassero elettrodomestici efficienti è stata adottata la seguente metodologia:
 - A partire dal **consumo in KWh** associato alla tecnologia meno efficiente (con etichetta energetica bassa) e quello associato alla tecnologia efficiente (etichetta energetica elevata), e assumendo un costo dell'energia monorario (Euro per KWh), è stato calcolato il **corrispondente risparmio annuo** (in Euro)
 - A partire dalle **emissioni di CO₂** associate alla tecnologia meno efficiente (con etichetta energetica bassa) e quello associato alla tecnologia efficiente (etichetta energetica elevata), e assumendo un **costo sociale della CO₂** come da letteratura (ovvero una stima del danno sociale generato da ogni tonnellata aggiuntiva di CO₂ liberata in atmosfera), è stato calcolato il **corrispondente risparmio annuo** (in Euro)
- Infine, è stato calcolato il **risparmio economico totale** riconducibile agli elettrodomestici efficienti a livello di Sistema Paese, sommando le due componenti di cui sopra

Descrizione degli scenari potenziali sviluppati da TEHA

SCENARIO IDEALE

Sostituzione di **tutti gli elettrodomestici di classe energetica inferiore ad A** (nuova etichettatura) con elettrodomestici di **classe A**

Stock suscettibile di sostituzione pari a circa **76 milioni di apparecchi**

SCENARIO INTERMEDIO

Sostituzione di **tutti gli elettrodomestici con la «vecchia» etichetta energetica** con elettrodomestici di classe energetica più efficiente*

Stock suscettibile di sostituzione pari a circa **71 milioni di apparecchi**

SCENARIO CONSERVATIVO

Sostituzione del **16% più inefficiente** del parco elettrodomestici con elettrodomestici di classe energetica più efficiente*

Stock suscettibile di sostituzione pari a circa **12 milioni di apparecchi**

I benefici abilitati negli scenari potenziali sviluppati da TEHA

SCENARIO IDEALE

BENEFICIO ENERGETICO:

14 TWh risparmiati ogni anno,
pari circa ai consumi energetici
annui del **Nord-Est italiano**

BENEFICIO AMBIENTALE:

-4,7 milioni di tonnellate di
CO₂ ogni anno, pari alle
emissioni annue dell'intero
Comune di **Milano**

BENEFICIO ECONOMICO:

3 miliardi di Euro ogni anno

SCENARIO INTERMEDIO

BENEFICIO ENERGETICO :

12 TWh risparmiati ogni anno,
pari circa ai consumi energetici
annui del **Sud Italia**

BENEFICIO AMBIENTALE:

-3,9 milioni di tonnellate di
CO₂ ogni anno, pari a oltre **2/3** le
emissioni dell'intero Comune di
Milano

BENEFICIO ECONOMICO:

2,1 miliardi di Euro ogni anno

SCENARIO CONSERVATIVO

BENEFICIO ENERGETICO :

4 TWh risparmiati ogni anno,
pari circa a **2/3** dei consumi
energetici annui dell'intero
Comune di **Milano**

BENEFICIO AMBIENTALE:

-1,2 milioni di tonnellate di
CO₂ ogni anno, pari alle
emissioni annue dell'intero
Comune di **Brescia**

BENEFICIO ECONOMICO:

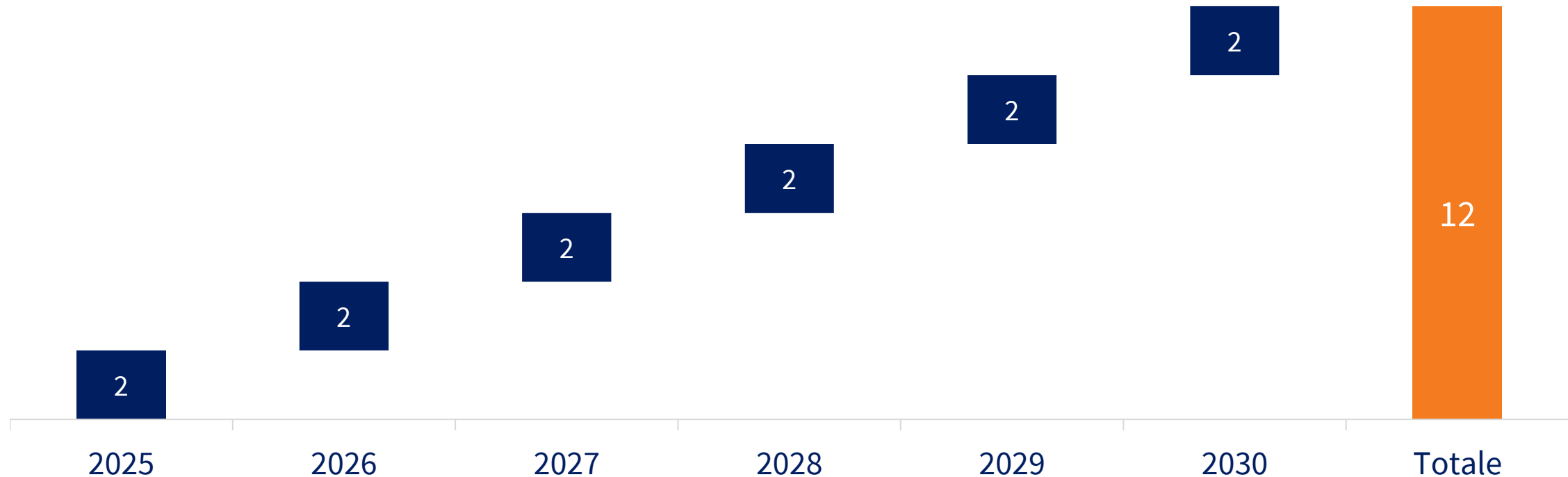
0,7 miliardi di Euro ogni anno

N.B. Il **beneficio ambientale** è stato calcolato applicando all'energia risparmiata l'intensità carbonica media associata alla generazione elettrica in Italia. Il **beneficio economico** è calcolato sommando il risparmio economico abilitato dalla riduzione dei consumi energetici (valorizzati con il costo dell'elettricità) al risparmio generato dalla riduzione delle emissioni di CO₂, considerando 172€ come costo associato all'emissione di 1 tonnellata di CO₂.

Fonte: elaborazione TEHA Group su dati APPLiA Italia e ENEA, 2024

Focus: l'implementazione dello scenario conservativo entro il 2030 prevede la sostituzione di circa 2 milioni di elettrodomestici all'anno...

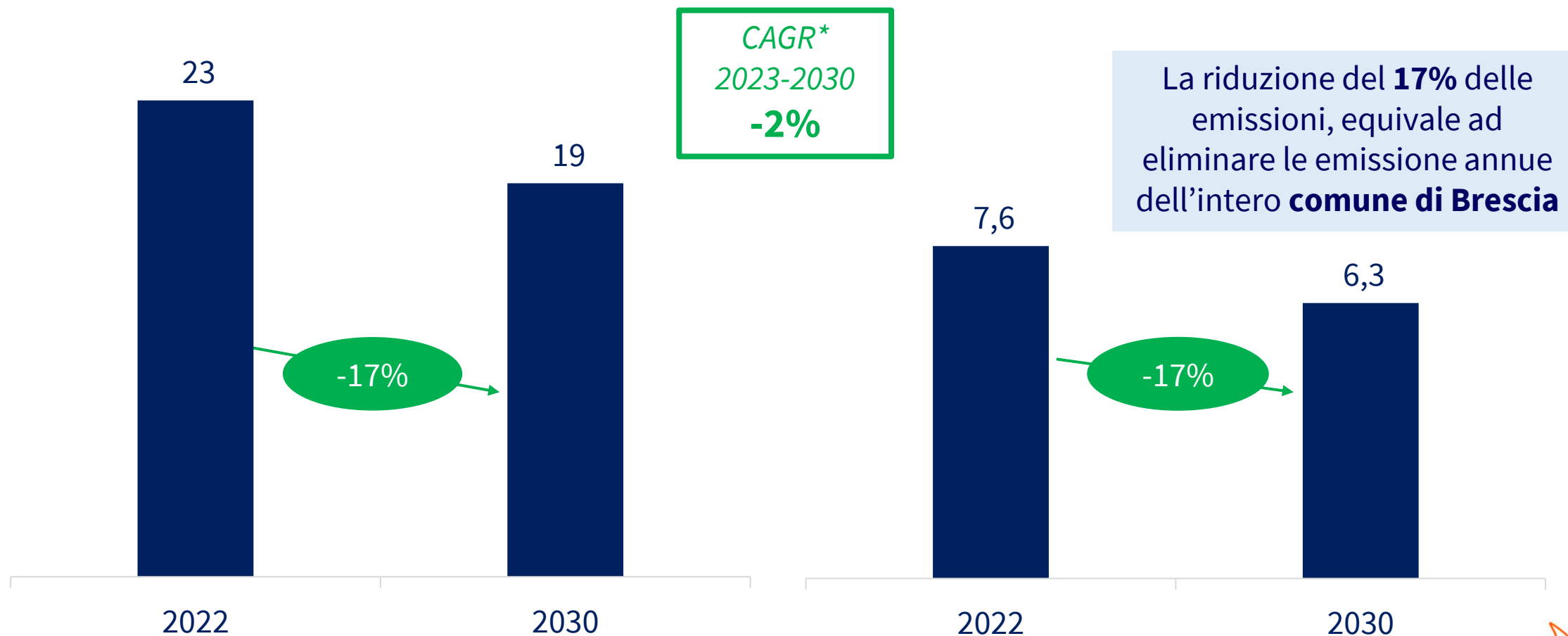
Stock suscettibile di sostituzione al 2030 per anno,
(milioni di unità)



...abilitando una riduzione dei consumi energetici e delle emissioni di CO₂ pari al 2% annuo, per una riduzione complessiva del 17% al 2030

Energia consumata dal parco elettrodomestici oggi e al 2030 (TWh), 2022-2030e

Emissioni di CO₂ generate dal parco elettrodomestici oggi e al 2030 (milioni di tonnellate), 2022-2030e



Non solo benefici energetici: la sostituzione degli elettrodomestici meno efficienti ha rilevanti benefici sociali

Sostituire elettrodomestici poco efficienti consentirebbe **cicli di lavaggio più efficienti, pulizia più efficace** delle stoviglie, **autodosaggio** e **utilizzo automatico dei detersivi**

Sostituire frigoriferi e congelatori poco efficienti con modelli di nuova generazione permetterebbe una **migliore conservazione del cibo** e **minori sprechi**

Miglioramento delle prestazioni

Risparmio idrico

Riduzione del rumore

Risparmio di tempo

Design migliore

Food preservation

Connettività smart

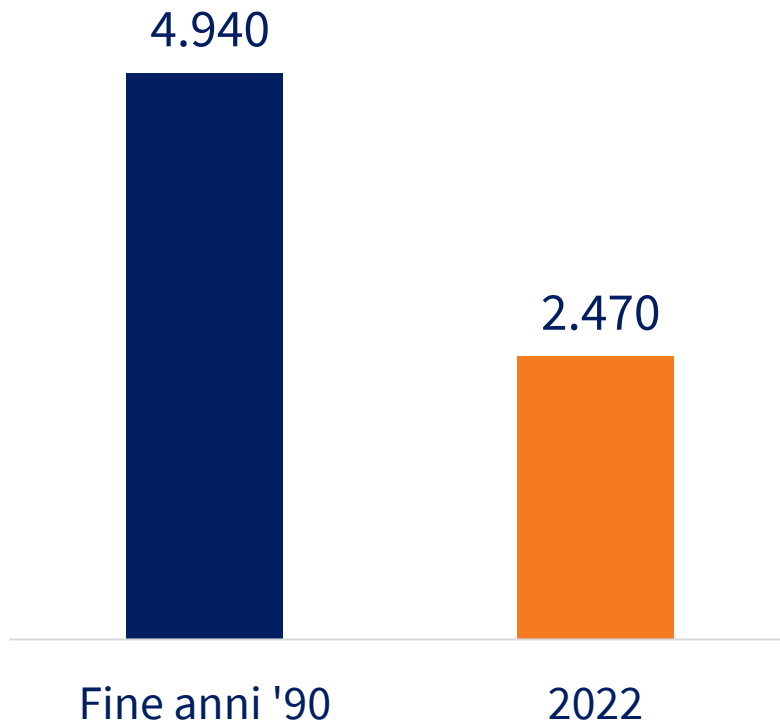
I benefici dell'efficientamento del parco elettrodomestici

Molte lavatrici di nuova generazione utilizzano **sensori** per rilevare il peso del carico e **regolare di conseguenza il livello d'acqua** e sono certificate con **standard di efficienza idrica**

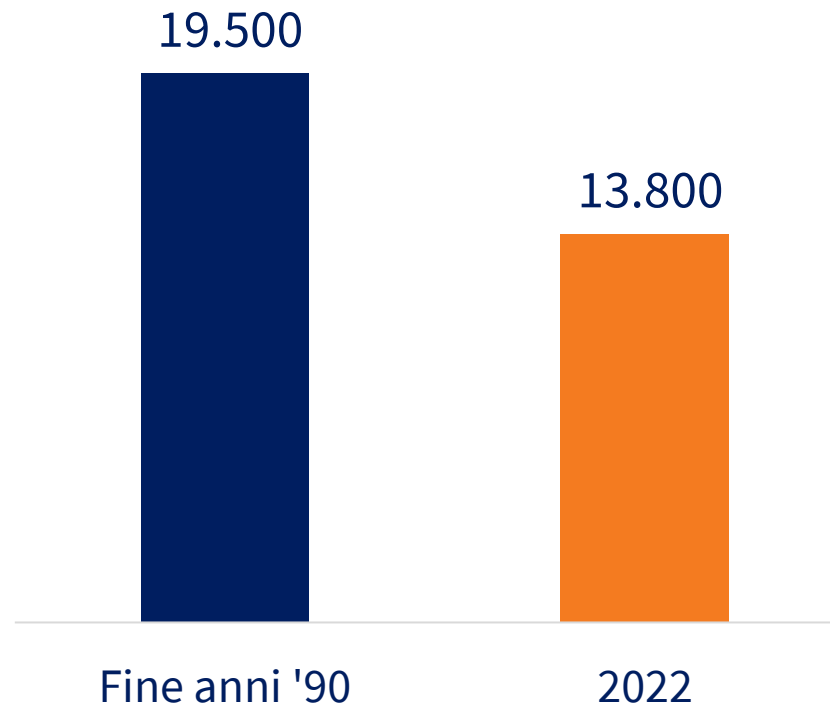
Le lavastoviglie e i frigoriferi moderni hanno cicli di lavaggio e raffreddamento più efficienti, **permettendo il risparmio di tempo prezioso**

Focus: negli ultimi vent'anni il consumo idrico degli elettrodomestici è progressivamente diminuito

Consumo idrico di una lavastoviglie
(litri all'anno*), fine anni '90-2022



Consumo idrico di una lavatrice
(litri all'anno*), fine anni '90-2022



Considerando il numero di lavastoviglie e lavatrici oggi disponibili, il risparmio annuo si traduce in un totale di **30 milioni di tonnellate** di acqua (l'equivalente di **>12 mila piscine olimpioniche**) per le **lavastoviglie** e **150 milioni di tonnellate** di acqua (l'equivalente di **60 mila piscine olimpioniche**) per le **lavatrici**

Promuovere il riciclo e la circolarità del settore avrebbe inoltre importanti benefici in termini di circolarità

Se correttamente trattati, **oltre il 95%** dei materiali del vecchio elettrodomestico possono essere reintrodotti nel ciclo produttivo

Impatto Ambientale:

- Gli elettrodomestici contengono sostanze nocive come mercurio, piombo e cloro
- Lo smaltimento improprio può contaminare suolo e acqua, danneggiando gli ecosistemi e la salute umana



Impatto Economico:

- Gli elettrodomestici contengono metalli preziosi come oro, argento e rame, che vengono recuperati durante il riciclo
- Questo processo riduce la necessità di estrarre nuove risorse e promuove una gestione sostenibile dei materiali

Messaggio 10

Per sostenere la competitività del settore degli elettrodomestici, TEHA ha identificato quattro ambiti di intervento: (i) creare una **nuova cultura dell'elettrodomestico**; (ii) **sostenere l'acquisto** di prodotti di qualità ed efficienti **da parte delle famiglie meno abbienti**; (iii) promuovere **sinergie tra gli operatori di tutta la filiera estesa**; (iv) **sostenere la produzione** di prodotti sostenibili ed efficienti per promuovere la competitività dell'industria nazionale

Le proposte di azione per favorire il rafforzamento e lo sviluppo del settore degli elettrodomestici

1

Una nuova cultura dell'elettrodomestico

Educare i consumatori sul valore e i ritorni associati ad elettrodomestici di qualità

2

Sostegno all'acquisto

Sostenere l'acquisto di prodotti di qualità ed efficienti da parte delle famiglie meno abbienti

3

Sinergie nella filiera

Promuovere sinergie tra gli operatori di tutta la filiera estesa, a partire da produttori e Retailer

4

Sostegno alla produzione

Sostenere la produzione di prodotti sostenibili ed efficienti per promuovere la competitività e la sostenibilità dell'industria

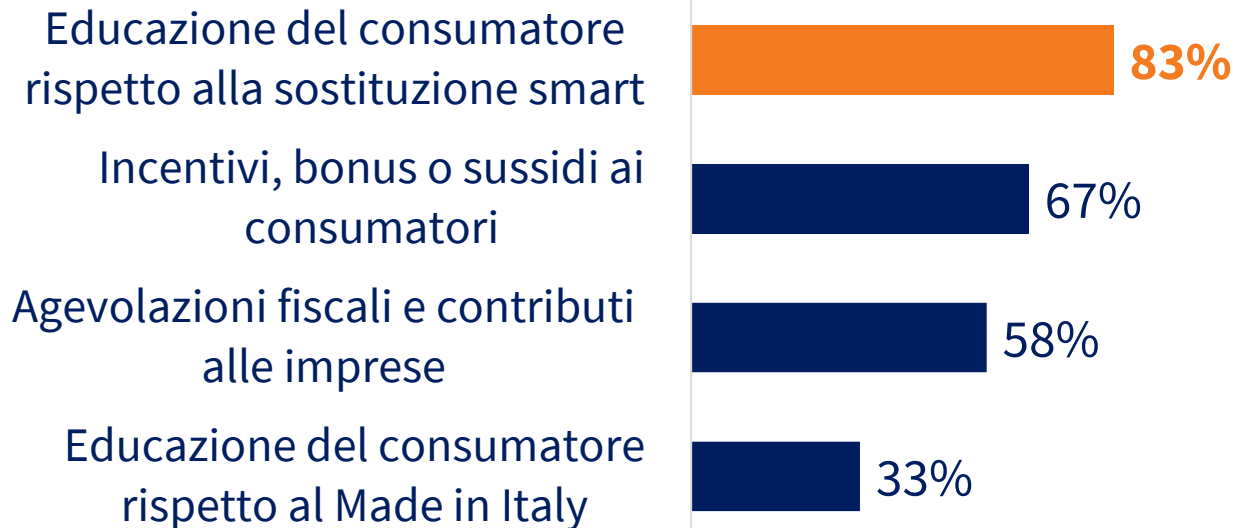
Le proposte di azione per favorire il rafforzamento e lo sviluppo del settore degli elettrodomestici: una nuova cultura dell'elettrodomestico (1/2)

1

Reason why

«Quali potrebbero essere le azioni più efficaci da mettere in capo da parte delle Istituzioni italiane per sostenere la competitività del comparto?»

(% del totale, possibilità di risposta multipla), 2024



Policy

Una nuova cultura dell'elettrodomestico:

educare i consumatori sul valore e i ritorni associati ad elettrodomestici di qualità

- **Investimenti in prodotti di qualità:** educare i consumatori italiani sul fatto che un prezzo più elevato si traduce in risparmi significativi sulla bolletta energetica e idrica
- **Sostituzione e utilizzo consapevole:** promuovere la sostituzione degli elettrodomestici non solo per la loro rottura, ma per migliorare l'efficienza

Le proposte di azione per favorire il rafforzamento e lo sviluppo del settore degli elettrodomestici: una nuova cultura dell'elettrodomestico (2/2)

1

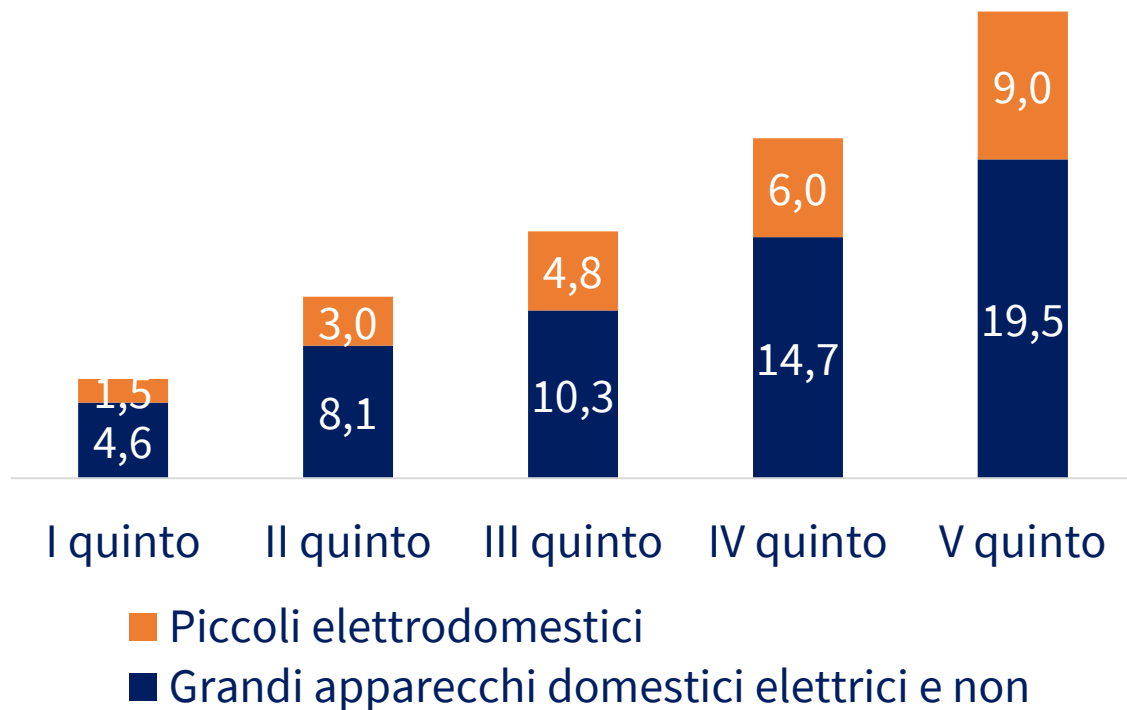
- Realizzare **campagne di sensibilizzazione** per educare i consumatori sui benefici a lungo termine degli elettrodomestici efficienti, non solo in termini di risparmio energetico e idrico, ma anche di riduzione delle emissioni di CO₂
- Implementare **programmi di rottamazione** per incoraggiare la sostituzione di vecchi elettrodomestici con modelli più efficienti, offrendo incentivi finanziari o sconti a chi restituisce i vecchi apparecchi
- Promuovere la **certificazione energetica** come indicazione unica, affidabile, verificabile e **comune a tutto il mercato europeo**
- Creare **piattaforme educative online** dove i consumatori possono trovare informazioni dettagliate sui benefici dei prodotti di qualità, confrontando opzioni e calcolando il risparmio energetico e idrico potenziale
- Offrire **servizi di consulenza gratuita** per i consumatori, aiutandoli a scegliere i migliori elettrodomestici per le loro esigenze e a capire come massimizzare l'efficienza dei loro apparecchi esistenti
- Integrare politiche di **Responsabilità Sociale d'Impresa** che promuovano la sostenibilità e l'uso efficiente delle risorse nei processi produttivi, comunicando questi impegni ai consumatori per rafforzare la fiducia nel brand

Le proposte di azione per favorire il rafforzamento e lo sviluppo del settore degli elettrodomestici: sostegno all'acquisto (1/2)

2

Reason why

Spesa media mensile delle famiglie italiane per apparecchi domestici
(Euro per quintile di reddito), 2021



Policy

Sostegno all'acquisto:

Sostenere l'acquisto di prodotti di qualità ed efficienti da parte delle famiglie meno abbienti

- **Sostegno all'acquisto di prodotti di qualità:** misure targettizzate alle famiglie meno abbienti aiutano i consumatori ad acquistare prodotti validi
- **Educazione al valore:** la sensibilizzazione e l'educazione aiuta i consumatori a comprendere i benefici attivabili, promuovendo per il futuro scelte più consapevoli

Le proposte di azione per favorire il rafforzamento e lo sviluppo del settore degli elettrodomestici: sostegno all'acquisto (2/2)

- Collaborare con le Istituzioni governative per offrire **un sostegno all'acquisto** per i consumatori che comprano elettrodomestici ad alta efficienza energetica e idrica (come detrazioni fiscali, sconti immediati o contributi economici), strutturandoli in modo **progressivo** (maggiori benefici a chi adotta più rapidamente prodotti di qualità)
- Offrire **finanziamenti agevolati** o a tasso zero per le **famiglie meno abbienti** che desiderano acquistare prodotti di qualità, riducendo la barriera del costo iniziale
- **Collaborare con organizzazioni** no-profit e comunitarie per diffondere informazioni sulle misure disponibili e facilitare l'accesso ai prodotti di qualità, organizzando eventi comunitari per presentare i benefici di tali prodotti
- Fornire **strumenti o applicazioni** che permettano ai consumatori di **monitorare i loro risparmi energetici e idrici** nel tempo, confrontandoli con i consumi precedenti. Questo può rinforzare la percezione del valore dei prodotti di qualità
- Offrire **pacchetti integrati di prodotti di qualità** che lavorano insieme per massimizzare l'efficienza domestica, come combinazioni di elettrodomestici e sistemi di gestione dell'energia

Le proposte di azione per favorire il rafforzamento e lo sviluppo del settore degli elettrodomestici: sinergie nella filiera (1/2)

3

Reason why

La filiera estesa degli elettrodomestici è **articolata** e coinvolge *stakeholder* con interessi diversificati



Componentistica



Elettrodomestici



Retail

114,0
mld di Euro
fatturato

20,1
mld di Euro
Valore Aggiunto

505,7
mila
occupati

Policy

Sinergie nella filiera:

Promuovere sinergie tra gli operatori di tutta la filiera estesa, a partire da produttori e Retailer

- **Valorizzazione del prodotto** attraverso uno scambio di informazioni tra produttori e Retailer sul valore aggiunto e il potenziale, superando il focus sul prezzo
- **Collaborazione tra attori della filiera** per promuovere una competizione basata sulla qualità dei prodotti, evitando che i consumatori si orientino verso dinamiche legate esclusivamente al prezzo

Le proposte di azione per favorire il rafforzamento e lo sviluppo del settore degli elettrodomestici: sinergie nella filiera (2/2)

- Implementare **programmi di formazione congiunti** per i dipendenti di produttori e retailer, con l'obiettivo di migliorare la comprensione reciproca delle sfide e delle opportunità di ciascun comparto
- Promuovere **pratiche sostenibili in tutta la filiera** produttiva, attraverso l'adozione di metodi di produzione eco-compatibili, la riduzione degli sprechi e l'uso di materiali riciclabili, comunicando questi sforzi ai consumatori
- Collaborare per sviluppare nuovi prodotti o migliorare quelli esistenti, basandosi sulla **condivisione di feedback** dei consumatori e sulle analisi di mercato
- Pianificare e realizzare **campagne di marketing congiunte** che sottolineino il valore aggiunto dei prodotti in termini di qualità e sostenibilità, piuttosto che il prezzo. I **rivenditori** possono diventare **ambasciatori** dei benefici dei prodotti di qualità, educando direttamente i consumatori
- Implementare **sistemi di tracciabilità** per permettere ai consumatori di conoscere la storia e la provenienza dei prodotti, aumentando la fiducia e la percezione di valore
- Costituire **comitati con rappresentanti di produttori e retailer** che si incontrino regolarmente per discutere i progressi, identificando aree di miglioramento e pianificando iniziative future

Le proposte di azione per favorire il rafforzamento e lo sviluppo del settore degli elettrodomestici: sostegno alla produzione (1/2)

4

Reason why

In Europa il **76%** degli **elettrodomestici** acquistati sono **prodotti in Europa***: l'industria contribuisce significativamente alla generazione di valore e occupazione in UE



Il **Made in Italy** è sinonimo di **qualità** e **affidabilità**: in Italia l'industria dell'elettrodomestico, **in particolare il comparto cottura**, è garanzia di una filiera **autenticamente italiana**



Policy

Sostegno alla produzione:

Sostenere la produzione di prodotti sostenibili ed efficienti per promuovere la competitività e la sostenibilità dell'industria

- **Sostegno alle aziende con crediti d'imposta e detrazioni fiscali** per investimenti in Ricerca e Sviluppo e tecnologie di produzione innovative e sostenibili
- **Creazione di linee di credito agevolate e fondi dedicati** per progetti di innovazione, circolarità e sostenibilità nel settore degli elettrodomestici

Queste eccellenze sono minacciate dall'**ingresso di produttori esteri** competitivi a livello di prezzo

Le proposte di azione per favorire il rafforzamento e lo sviluppo del settore degli elettrodomestici: sostegno alla produzione (2/2)

- Offrire un **credito d'imposta** alle aziende che investono in **Ricerca e Sviluppo** (R&S) per migliorare l'efficienza energetica degli elettrodomestici, rendendo gli investimenti in innovazione più attraenti
- Introdurre **detrazioni fiscali** per le aziende che investono in **tecnologie di produzione avanzate e sostenibili**, come macchinari efficienti dal punto di vista energetico e processi di produzione a basso impatto ambientale
- Creare **linee di credito a tasso agevolato** per le imprese che necessitano di ammodernare le loro attrezzature e infrastrutture per produrre elettrodomestici efficienti
- Sviluppare **fondi dedicati a finanziare progetti di innovazione sostenibile** nel settore degli elettrodomestici
- Promuovere **collaborazioni** tra università, centri di ricerca e aziende per sviluppare nuove tecnologie sostenibili, facilitando le partnership tramite co-finanziamenti e infrastrutture di supporto