



LA RIPRESA DIFFICILE

Elettrodomestici al nodo degli sconti

Emanuele Scarci ▶ pagina 10

La ripresa difficile. Nei primi 5 mesi del 2017 i volumi crescono del 3,6% ma sconti e e-commerce riducono il valore a +0,2%

Gli elettrodomestici pagano gli sconti

Soffientini (Ceced): la connettività sarà il motore per ottenere prezzi più elevati

Emanuele Scarci

MILANO

Promozioni e vendite online spingono i volumi ma bruciano valore. Nei primi 5 mesi dell'anno, le vendite di grandi elettrodomestici in Italia hanno segnato +3,6% a volume, ma solo +0,2% a valore. Secondo Gfk il motivo è da ricercare nelle promozioni e nella crescita dell'e-commerce, più in generale nella riduzione del prezzo medio. Il bonus governativo per l'acquisto di elettrodomestici aiuta a mantenere vivace la domanda, ma non ne preserva il valore.

Il boom delle vendite, l'online (con operatori off-line e online e pure player) ha un'incidenza dell'8%, con trend a doppia cifra: +43,5% a volume e +38,4% a valore nei primi cinque mesi del 2017.

Più preoccupanti i dati su produzione ed export: nel primo semestre 2017 la produzione di elettrodomestici è rimasta inchiodata allo zero mentre l'export è crollato di un sorprendente 25% (in controtendenza rispetto al dato italiano), trascinato da piani cottura e forni che da sempre sono uno dei simboli del made in Italy. Scivola o svolta strutturale? Per ora Ce-

ced Italia, l'associazione dei produttori, non ha una risposta ma ricorda che i componentisti ("vedono" la produzione dei prodotti finiti con mesi di anticipo) hanno registrato fatturati e volumi in crescita anche per la cottura.

L'industria degli elettrodomestici ha un ruolo centrale nel nostro Paese. E oggi, nonostante un inarrestabile processo di delocalizza-

TREND IN FABBRICA

Nel primo semestre la produzione rimane stabile mentre l'export scivola del 25%, spinta da forni e piani cottura, simboli del made in Italy

zione dei prodotti a basso valore, il fatturato manifatturiero dell'Italia è di 8,6 miliardi, alle spalle della Germania (14 miliardi), con oltre 900 mila addetti tra diretti e non.

Nei comparti, gira bene l'area dell'avaggio che risente meno l'effetto depressivo delle promozioni; male il freddo e il business dei forni e piani cottura. Nei primi 5 mesi del 2017, tirano i prodotti a

bassa penetrazione come le asciugatrici (+7,2% a unità e +2,3% a valore) e le lavastoviglie (+5,1% e +1,7%). Bene anche la domanda delle classiche lavatrici, ma al +3% a volume corrisponde un -1% a valore, nonostante i consumatori siano orientati verso prodotti ad alto carico, come le Standard da 9 kg (+4,6% a unità e +35% a valore).

Nella pre-stagione parte bene anche il freddo, con un +3,6% per unità vendute per frigoriferi e congelatori, ma con un risicato guadagno a valore. Che per i frigoriferi è dello 0,5% mentre per i congelatori è addirittura -4,2%: ciò è dovuto alla crescita della fascia bassa del mercato, in particolare dei congelatori orizzontali. In territorio positivo invece i frigoriferi combinati a libera installazione con tecnologia No Frost (+7,9% a unità e +5% a valore), ormai lo standard di riferimento per la refrigerazione. Secondo Gfk le previsioni per l'estate sono molto positive grazie alle temperature elevate, a partire da giugno.

Nel comparto della cottura, si espande l'incasso grazie al traino dei prodotti innovativi: i piani a induzione (valgono il 27,1%), i forni a

vapore (13,4%) e quelli autopulenti (43,5%). Infine anche nei piccoli elettrodomestici i volumi crescono più rapidamente (+4,4%) del valore (+1,6%). A perdere valore è l'area del cura persona e cucina, dove promozioni e riduzione del prezzo medio sono molto forti.

Quali i mover del futuro? «Certamente smartness e connettività degli elettrodomestici - ha risposto ieri nel corso di un convegno il presidente di Ceced Italia Manuela Soffientini -. Oggi il mercato europeo offre 2.100 modelli connessi in rete. In Italia il 18,3% delle lavabiancheria vendute è connesso: si tratta dei modelli più performanti e a maggior valore aggiunto del made in Italy, anche se la promozionalità non riconosce del tutto questo valore».






























La connettività rientra nel nuovo paradigma della smartness, cioè l'uso razionale delle risorse energetiche a partire dagli elettrodomestici in uso nelle famiglie fino alla smart grid, cioè la rete elettrica "intelligente" passando per l'edificio e la città smart.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

emanuelescarci.blog.ilssole24ore.com

Vendite di grandi e piccoli elettrodomestici

In Italia, gennaio - maggio 2017, variazioni in percentuale

	Lavatrici	Volume		+3,0
		Valore		-1,0
	Asciugatrici	Volume		+7,2
		Valore		+2,3
	Lavastoviglie	Volume		+5,1
		Valore		+1,7
	Frigoriferi	Volume		+3,6
		Valore		+0,5
	Congelatori	Volume		+3,6
		Valore		-4,2
	Cucine a libera inst.	Volume		-4,5
		Valore		-5,2
	Forni	Volume		+5,2
		Valore		+1,5
	Piani cottura	Volume		+4,0
		Valore		+0,9
TOTALE		Volume		+3,6
		Valore		+0,2
	Piccoli elettrodomestici	Volume		+4,4
		Valore		+1,6

Fonte: GfK Italia

