

IL VALORE DELLA FILIERA DEGLI ELETTRODOMESTICI PER LA COMPETITIVITÀ E LA TRANSIZIONE SOSTENIBILE E CIRCOLARE DEL PAESE

I MESSAGGI CHIAVE DEL POSITION PAPER

SETTEMBRE 2024

In collaborazione con



Il futuro, oggi

 **The European House**
Ambrosetti

Rapporto realizzato da The European House – Ambrosetti su incarico di APPLiA Italia

© 2024 APPLiA Italia e The European House – Ambrosetti S.p.A. Tutti i diritti riservati. Nessuna parte del rapporto può essere in alcun modo riprodotta senza l'autorizzazione scritta di APPLiA Italia e The European House – Ambrosetti S.p.A.

I contenuti del presente rapporto sono riferibili esclusivamente al lavoro di analisi e di ricerca, rappresentano l'opinione di The European House – Ambrosetti e possono non coincidere con le opinioni e i punti di vista delle persone intervistate e coinvolte nello studio.

I 10 MESSAGGI CHIAVE DEL POSITION PAPER

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.**

L'Italia si trova attualmente in una condizione di "**perma-crisi**", contraddistinta da una serie di fattori di crisi che si sono manifestati simultaneamente negli ultimi anni, tra cui la pandemia di COVID-19, il conflitto in Ucraina e in Palestina, l'inflazione record e la volatilità dei mercati energetici. Nonostante queste sfide, il **PIL italiano** ha superato le previsioni di crescita nel biennio passato, crescendo del **7,0%** nel 2021 e del **3,7%** nel 2022. Tuttavia, le prospettive future appaiono in **rallentamento**, specialmente nel confronto con altri Paesi europei come Spagna e Francia, che mostrano tassi di crescita più elevati.

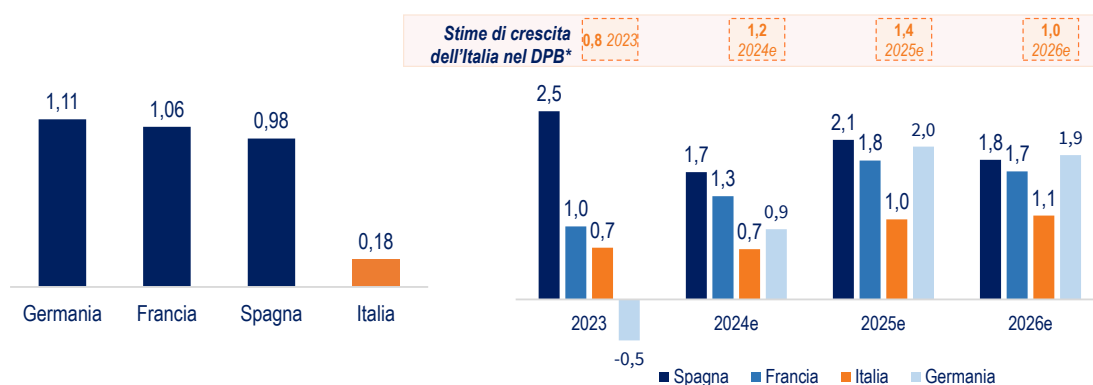


Figura I. A sinistra: tasso di crescita del PIL in alcuni Paesi europei (% a prezzi costanti), media 2012-2022. A destra: crescita del PIL reale in alcuni Paesi europei (var. %), 2023-2026e. (*) MEF, Documento Programmatico di Bilancio 2024, pubblicato in data 16 ottobre 2023. Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati FMI e Ministero dell'Economia e delle Finanze (MEF), 2024.

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.**

La crisi attuale potrebbe frenare ulteriormente i **consumi**, soprattutto per le **famiglie meno abbienti**, con il reddito disponibile per spese out-of-pocket in calo del **4,4%** per il quintile di reddito più basso nel settembre 2023 rispetto all'anno precedente. L'inflazione ha infatti un impatto asimmetrico sulla spesa delle famiglie, con la maggior parte della spesa in **elettrodomestici** rientrante nelle "**spese comprimibili**" e quindi a rischio di contrazione. Per le famiglie nel quintile a più basso reddito, il **78%** della spesa è incompressibile, a fronte di un valore di spesa incompressibile del **57%** nelle famiglie a reddito più alto.

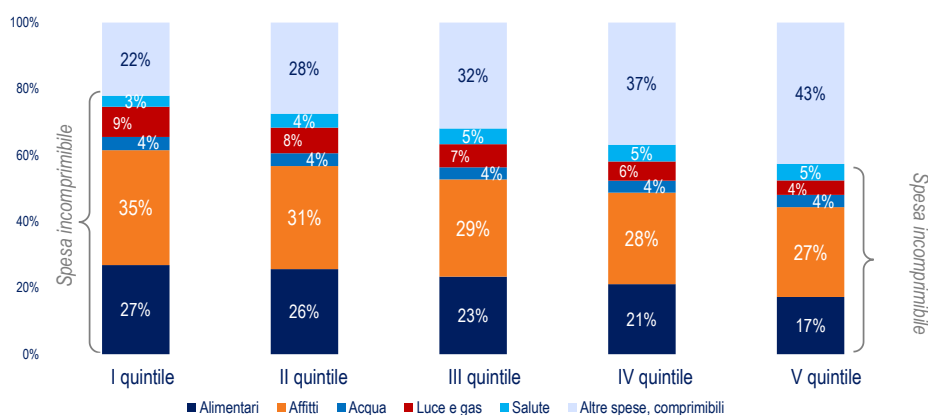


Figura II. Distribuzione della spesa delle famiglie italiane per quintili (% sul totale), 2022. Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Banca d'Italia e Istat, 2024.

Inoltre, l'**evoluzione demografica** del Paese prevede una diminuzione del numero di consumatori nei prossimi anni, con un progressivo **declino della natalità** e un **invecchiamento** della popolazione. Le **famiglie monocomponenti** sono aumentate al **33,1%** nel 2022, arrivando a rappresentare il nucleo familiare più diffuso in Italia. Nel 2023, il numero di **nascite** ha raggiunto il minimo storico di **379 mila**. Queste dinamiche richiedono innovazioni dimensionali, come mini-lavatrici o piccoli frigoriferi, la creazione di partnership per rimodulare l'offerta e la ricerca di nuove competenze e figure professionali.

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, le famiglie italiane hanno **speso di più per gli elettrodomestici** rispetto ad altre voci di spesa, anche se rimangono differenze sostanziali tra le diverse fasce economiche: il ceto più abbiente ha speso quasi **4,7** volte di più in apparecchi domestici rispetto a quello meno abbiente.

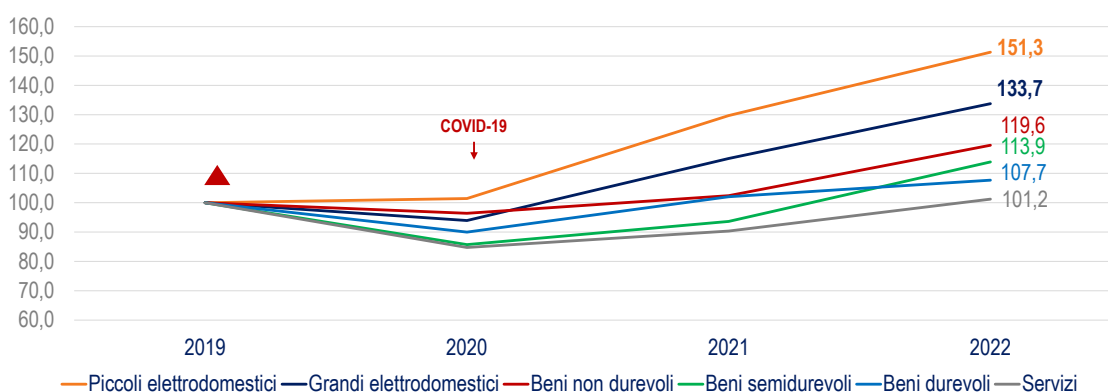


Figura III. Spesa delle famiglie italiane per elettrodomestici (indice, anno base 100 = 2019), 2019-2022. N.B.: Grandi elettrodomestici: apparecchi per la cottura, frigoriferi, lavatrici ed altri principali elettrodomestici. I dati di grandi e piccoli elettrodomestici includono accessori e riparazioni. Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Istat, 2024.

Durante la pandemia, le restrizioni e la destabilizzazione delle catene di valore globali hanno portato rispettivamente a un aumento della domanda interna e a una ridotta concorrenza dai fornitori esteri,

generando una crescita significativa sia in valore che in volume per il settore. Nel 2020, i **grandi elettrodomestici** sono cresciuti dello **0,8%** in valore e dello **0,3%** in volume, mentre i **piccoli elettrodomestici** hanno registrato un aumento del **19,4%** in valore e del **13,3%** in volume. Nel 2021, i grandi elettrodomestici sono cresciuti del **18,8%** in valore e del **14,4%** in volume, mentre i piccoli elettrodomestici hanno mantenuto un volume in linea con il 2020 e sono cresciuti in valore del **5,5%**. Nel 2022 e nel 2023, l'**inflazione** e la **riduzione del potere d'acquisto** hanno rallentato la crescita del settore, nonostante l'aumento dei prezzi dei prodotti finiti. Nel 2023, il **prezzo** è diventato un fattore chiave nelle decisioni di acquisto, con Retailer e produttori che hanno esteso i periodi promozionali per attirare i clienti.

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.

TEHA ha mappato per la prima volta la **filiera estesa degli elettrodomestici** in Italia, evidenziandone l'importanza economica e strategica. La filiera estesa comprende i settori di componentistica, elettrodomestici e Retail attivato. Utilizzando dati Istat e Aida Bureau Van Dijk, è stato creato un database che include fatturato, Valore Aggiunto, occupati e investimenti per il 2022.

La **filiera core**, che comprende la parte di componentistica ed elettrodomestici escludendo il settore del Retail, ha un **fatturato di 14,7 miliardi di Euro**, un **Valore Aggiunto di 3,6 miliardi di Euro** e **44,4 mila occupati**. La componentistica contribuisce con 4,0 miliardi di Euro di fatturato e 1,2 miliardi di euro di Valore Aggiunto, impiegando 16,6 mila persone. Tra il 2019 e il 2022, il Valore Aggiunto della filiera core è cresciuto dell'**8,7%**, superando la media italiana del 2,3%. Ogni Euro di Valore Aggiunto genera **2,1 Euro** nel resto dell'economia, e ogni occupato nella filiera genera **2,2 occupati** nel resto dell'economia. Il settore è dunque comparabile o superiore a industrie come tessile, calzaturiero e lattiero-caseario in termini di Valore Aggiunto e occupazione.



Figura IV. Sintesi numerica dei principali indicatori della filiera degli elettrodomestici, 2022. *Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Istat e Aida Bureau Van Dijk 2024.*

Se si considera la **filiera estesa**, essa complessivamente sostiene la generazione di **20,1 miliardi di Euro di Valore Aggiunto** in Italia (equivalente a circa l'**1%** del PIL italiano), impiega **505,7 mila occupati** e realizza investimenti per **1,3 miliardi di Euro**.

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 2° Paese UE per esportazioni nella filiera core degli elettrodomestici, con un valore pari a ~11 miliardi di Euro.

L'export degli elettrodomestici italiani ha mostrato segni di ripresa dalla pandemia, con un tasso di crescita annuo composto (CAGR) del 7,6% tra il 2019 e il 2022. Nel 2022, l'Italia ha esportato elettrodomestici per un valore di 6,8 miliardi di Euro.

Il comparto dei **grandi elettrodomestici** costituisce il 69% del valore complessivo delle esportazioni di settore, e, nello specifico, il comparto cottura genera oltre il 50% del valore delle esportazioni dei grandi elettrodomestici. Per quanto riguarda la **componentistica**, l'Italia ha registrato una crescita del 18,8% nelle esportazioni tra il 2019 e il 2022, raggiungendo un valore record di 3,8 miliardi di Euro nel 2022, equivalente al 15% dell'export totale dei Paesi UE-27. Nel 2022, l'Italia si è posizionata al **secondo posto** nella classifica UE-27 per **saldo commerciale** sia nel settore degli elettrodomestici sia in quello della componentistica, confermandosi un Paese leader nel settore.

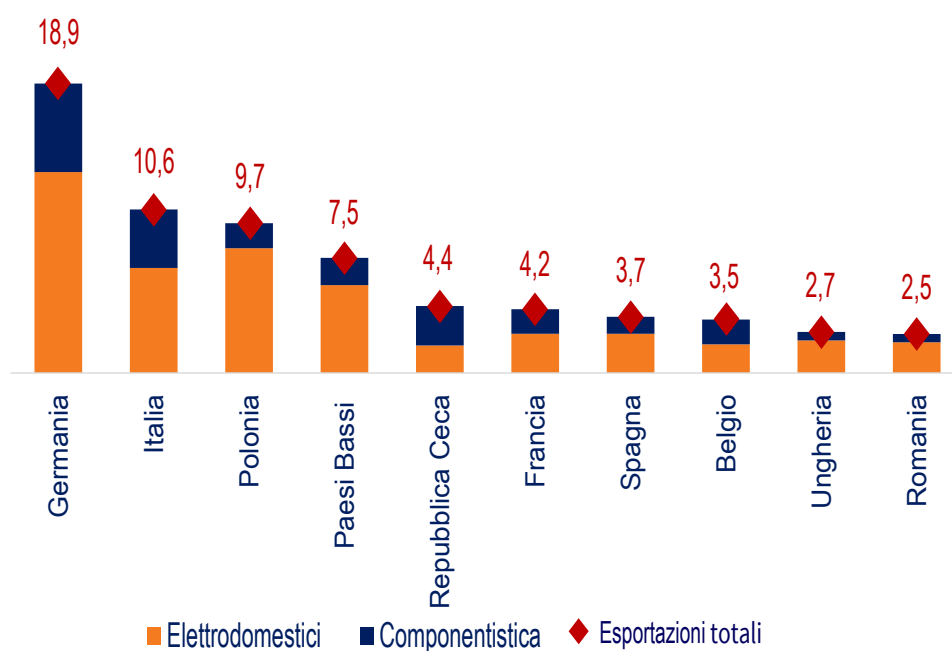


Figura V. Esportazioni cumulate della filiera core degli elettrodomestici per i primi 10 Paesi UE-27 (miliardi di Euro), 2022. Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati Comext, 2024.

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.

TEHA ha realizzato una **survey** rivolta agli associati di APPLiA, con l'obiettivo di analizzare le distintività della filiera degli elettrodomestici, raccogliere il sentiment circa le sfide e le opportunità della filiera nel contesto di uno scenario in rapida evoluzione e approfondire i principali driver di sviluppo, con un'attenzione particolare alla crescente spinta verso la sostenibilità e l'innovazione.

7 rispondenti su 10 attribuiscono all'**industria italiana** degli elettrodomestici dei tratti distintivi, che possono essere identificati in **qualità, design, artigianalità e know-how**. In particolare, la totalità dei rispondenti provenienti da aziende italiane riferisce di prediligere **fornitori italiani** per via di una superiore qualità dei prodotti.

A livello internazionale, la distintività dei prodotti italiani viene percepita diversamente a seconda del mercato di sbocco, con un particolare apprezzamento da parte dei mercati in **Nord America e Asia**.

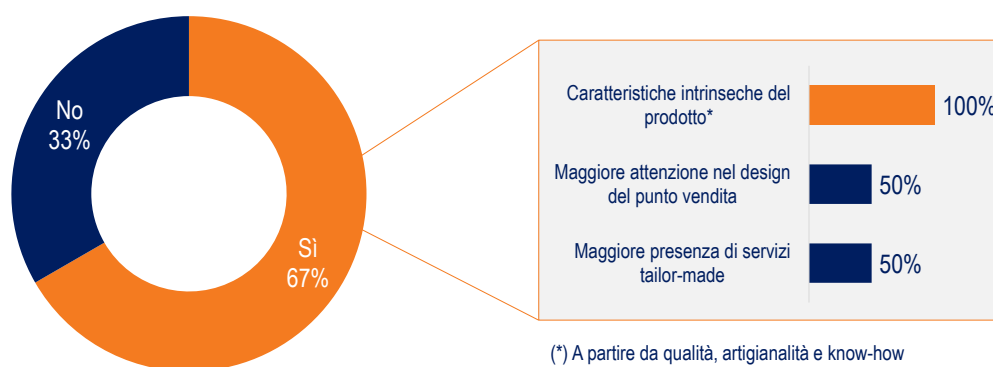


Figura VI. A sinistra: Risposte alla domanda: «Attribuisce dei tratti distintivi all'industria italiana degli elettrodomestici?» (% del totale), 2024. A destra: Risposte alla domanda: «Quali di questi fattori descrivono in maniera più puntuale le distintività dell'industria italiana degli elettrodomestici?» (% del totale che ha risposto «Sì», risposta multipla), 2024. Fonte: survey The European House - Ambrosetti agli associati APPLiA, maggio 2024.

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.

I molteplici fattori di crisi degli ultimi anni hanno avuto un impatto significativo sull'industria degli elettrodomestici: la totalità dei rispondenti ha infatti riscontrato una **riduzione dei volumi di vendita** negli ultimi anni. Inoltre, secondo il **92%** dei rispondenti, per far fronte alla **crisi inflattiva** i consumatori si sono orientati verso **prodotti meno costosi** e tale modifica delle abitudini di consumo sarà mantenuta nel lungo periodo. In linea con tale percezione, il **67%** dei rispondenti percepisce la **preferenza per prodotti più economici** e l'**inflazione** (50%) come le principali sfide del settore. Lo sviluppo di **canali di vendita online diretti** al consumatore, già attivati dal **67%** dei rispondenti, sono tra i modelli di business più frequentemente riportati come cruciali per mantenere la competitività all'interno del settore, in quanto permettono una promozione del brand e una maggiore interazione con il cliente.

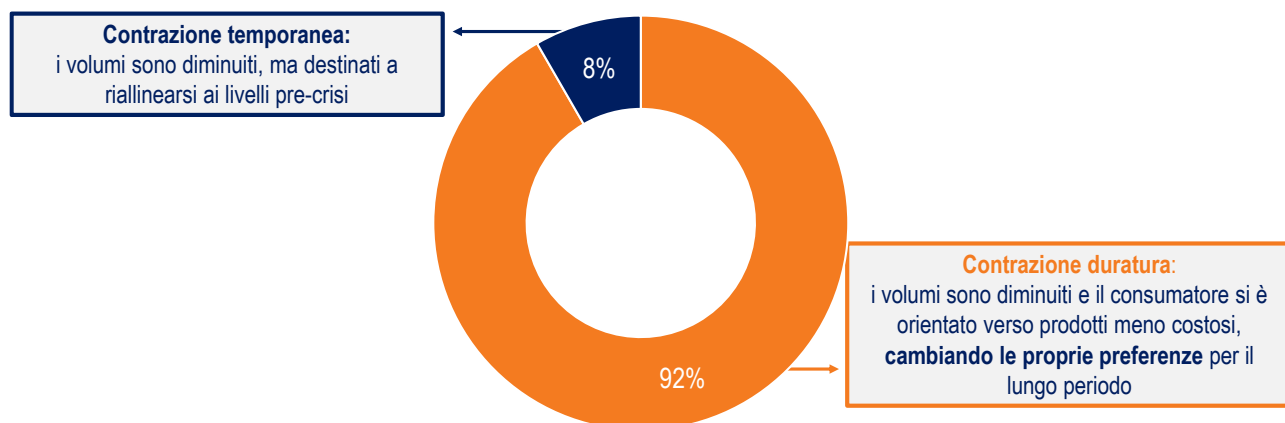


Figura VII. Risposte alla domanda: «Quale impatto ha riscontrato a seguito delle molteplici crisi in atto sulla vendita degli elettrodomestici?» (% del totale, possibilità di risposta multipla), 2024. Fonte: survey The European House - Ambrosetti agli associati APPLiA, maggio 2024.

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.

Secondo l'**83%** dei rispondenti, la **sostenibilità ambientale** rappresenta la principale **opportunità** del settore degli elettrodomestici, seguita dalla **digitalizzazione** (50%) e dall'**apertura verso nuovi mercati** (33%), con $\frac{3}{4}$ delle aziende che riportano di dedicare target specifici del piano di **investimenti** al raggiungimento di una maggiore sostenibilità ambientale.

Per oltre il **60%** dei rispondenti, il contributo del settore alla transizione sostenibile e circolare deriva da un lato dall'**efficientamento dei processi di produzione**, per cui il **92%** delle aziende rispondenti ha investito negli ultimi 5 anni, ottenendo una **riduzione del consumo energetico e idrico e della generazione di rifiuti**; e, dall'altro, dal **miglioramento dei prodotti**, tramite il raggiungimento di soglie più elevate di **durabilità, longevità ed efficienza energetica**.

Secondo il **69%** dei rispondenti l'**efficienza energetica** del prodotto dovrebbe essere un fattore prioritario e strategico nella scelta del prodotto da parte del consumatore, tuttavia, il **67%** dei rispondenti percepisce l'assenza da parte del consumatore di una conoscenza adeguata delle caratteristiche dell'apparecchio. L'**assenza di un quadro conoscitivo adeguato** costituisce un ostacolo alla transizione sostenibile del settore elettrodomestici, insieme con i **costi** e i **prolungati tempi di ritorno dell'investimento**. Per tali motivi, i rispondenti identificano l'**educazione del consumatore** rispetto alla sostituzione in chiave smart e gli **incentivi** al consumatore come gli interventi più efficaci implementabili dalle Istituzioni italiane per sostenere la competitività del settore.

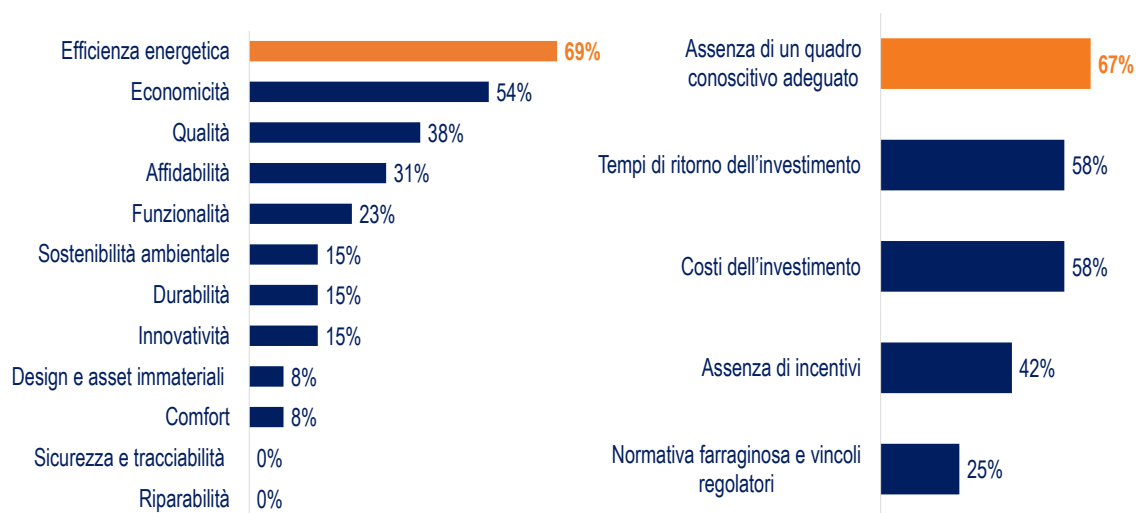


Figura VIII. A sinistra: Risposte alla domanda: «Quali delle seguenti caratteristiche considera prioritarie e strategiche nella scelta da parte del consumatore finale degli elettrodomestici?» (% del totale, possibilità di risposta multipla), 2024. A destra: Risposte alla domanda: «Quali sono i principali fattori che ostacolano la transizione sostenibile e circolare nel settore degli elettrodomestici?» (% del totale, possibilità di risposta multipla), 2024. *Fonte: survey The European House - Ambrosetti agli associati APPLiA, maggio 2024.*

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 rappresentano il **58%** dei consumi domestici, con **frigoriferi, congelatori, lavatrici e lavastoviglie** che pesano per il **70%** dei consumi degli elettrodomestici. In Italia, il parco installato di queste quattro categorie è pari a circa **76,6 milioni** di elettrodomestici, con una vita media che va **dai 12 ai 20 anni**: poco più del **3%** degli apparecchi installati nelle abitazioni è riconducibile a classi energetiche elevate. Tale evidenza mette in luce gli ampi spazi di miglioramento in termini di performance di efficienza energetica del parco italiano.

Muovendo da queste considerazioni, TEHA ha elaborato un **modello di simulazione dei benefici energetici, ambientali ed economici connessi alla sostituzione degli elettrodomestici meno efficienti** per le quattro categorie di elettrodomestici maggiormente energivori. Per comprenderne la potenzialità, sono stati elaborati **tre scenari**: uno **ideale**, in cui vengono sostituiti tutti gli elettrodomestici di classe energetica inferiore alla A con elettrodomestici di classe A; uno **intermedio**, in cui vengono sostituiti tutti gli elettrodomestici con la «vecchia» etichetta energetica con elettrodomestici più efficienti¹; e uno scenario **conservativo**, che prevede la sostituzione del **16%** più inefficiente del parco elettrodomestici con apparecchi di classe energetica più efficiente.

A partire dalla quantificazione dei consumi energetici, delle emissioni di CO₂ ad essi connesse e dei costi economici e sociali della sostituzione degli elettrodomestici inefficienti², emerge che nello scenario **ideale**, sostituendo circa **76 milioni** di apparecchi con elettrodomestici in classe A, si possono risparmiare ogni

¹ D o migliore di D (nel caso di frigoriferi e congelatori) e C o migliore di C (nel caso di lavatrici e lavastoviglie)

² 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.

anno circa **14 TWh**, vale a dire - **4,7 milioni di tonnellate di CO₂** (pari alle emissioni annue del Comune di Milano) e **3 miliardi di Euro**. Nello scenario **intermedio**, lo stock suscettibile di sostituzione è pari a **71 milioni** di apparecchi, per un totale di **12 TWh** e **3,9 milioni di tonnellate di CO₂** risparmiate ogni anno (pari a oltre 2/3 le emissioni del Comune di Milano), e un beneficio economico annuo pari a **2,1 miliardi di Euro**. Infine, nello scenario **conservativo** la sostituzione di circa **12 milioni** di apparecchi abilita un beneficio energetico annuo pari a **4 TWh**, associato a una riduzione annua di **1,2 milioni di tonnellate di CO₂** (pari alle emissioni annue del Comune di Brescia) e un risparmio economico annuo di **0,7 miliardi di Euro**. Implementare quest'ultimo scenario **entro il 2030** significa sostituire circa **2 milioni di elettrodomestici all'anno**, abilitando una riduzione dei consumi energetici e delle emissioni di CO₂ pari al **2%** ogni anno, per una riduzione complessiva del **17%**.

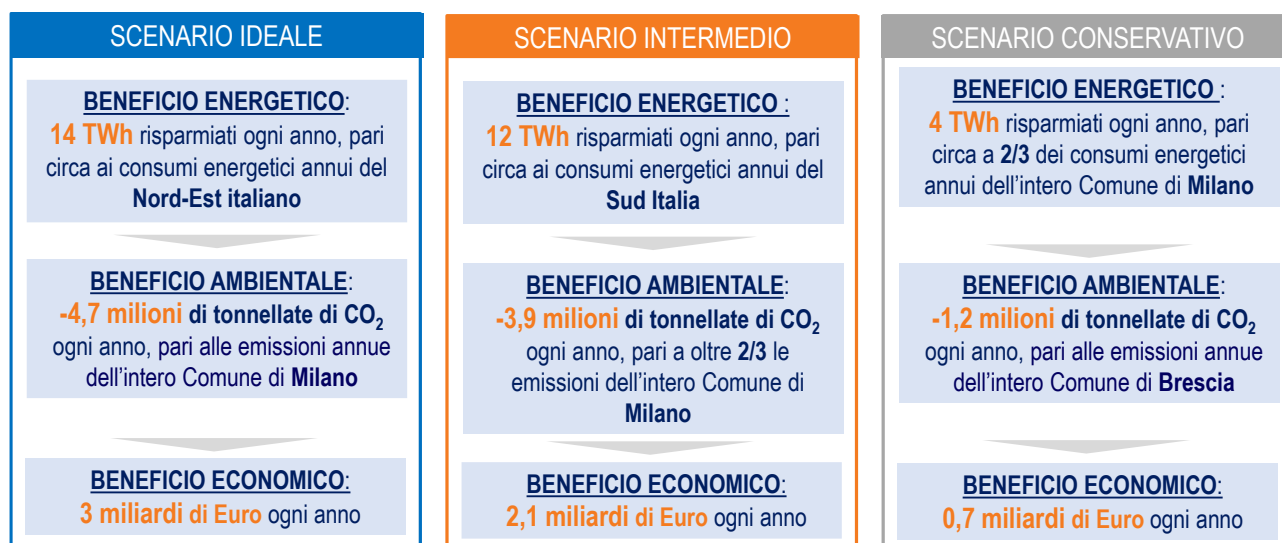


Figura IX. I benefici abilitati dalla sostituzione in ottica efficiente del parco elettrodomestici italiano nei 3 scenari potenziali sviluppati da TEHA. Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti su dati APPLiA Italia, ENEA, 2024.

Occorre infine menzionare che la sostituzione degli elettrodomestici meno efficienti ha ulteriori **benefici sociali**, tra cui il risparmio di tempo, la riduzione del rumore, il miglioramento delle prestazioni, la conservazione del cibo e il **risparmio idrico**. Con riferimento a quest'ultimo, è esemplificativo il risparmio di risorsa idrica abilitato dalle nuove tecnologie: nell'ultimo ventennio, le **lavastoviglie** sono passate da un consumo idrico di **15 litri** per ciclo a **9,5 litri** per ciclo. Infine, la sostituzione del parco elettrodomestici associata a pratiche di **riciclo** e **circularità** ha importanti benefici ambientali: se correttamente trattati, oltre il **95%** dei materiali del vecchio elettrodomestico possono essere reintrodotti nel ciclo produttivo.

10. Per favorire il rafforzamento e lo sviluppo del settore degli elettrodomestici, TEHA ha identificato quattro principali ambiti di intervento: (1) Creare una nuova cultura dell'elettrodomestico; (2) Sostenere l'acquisto di prodotti di qualità ed efficienti da parte delle famiglie meno abbienti; (3) Promuovere sinergie tra gli operatori di tutta la filiera estesa; (4) Sostenere la produzione di prodotti sostenibili ed efficienti per promuovere la competitività e la sostenibilità dell'industria nazionale.

Per abilitare la sostituzione del parco elettrodomestici inefficiente e supportare il percorso di decarbonizzazione dell'Italia, TEHA ha identificato **quattro ambiti di intervento** da parte delle Istituzioni, dell'Industria e dell'intera collettività.



Figura X. Le proposte di azione per favorire il rafforzamento e lo sviluppo del settore degli elettrodomestici. *Fonte: elaborazione The European House – Ambrosetti, 2024.*

In primis, occorre promuovere una **nuova cultura dell'elettrodomestico**: è essenziale educare i consumatori sul valore e i ritorni associati agli investimenti in elettrodomestici di qualità. Se da un lato acquistare apparecchi efficienti e smart può significare il pagamento di un prezzo più elevato, tuttavia negli anni viene ripagato in termini di **risparmi effettivi sulla bolletta energetica e idrica**. Risulta pertanto importante adottare un nuovo paradigma, secondo cui l'elettrodomestico non va sostituito solo nel momento in cui si rompe o diventa inutilizzabile, bensì nel momento in cui diventa inefficiente e quindi costoso e impattante sull'ambiente. A tal fine, è necessario agire attraverso campagne educative alla popolazione, incentivi per la sostituzione di vecchi apparecchi, creazione di piattaforme informative online e 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.

Il secondo ambito di policy si riferisce al **sostegno all'acquisto di prodotti di qualità ed efficienti da parte delle famiglie meno abbienti**, per cui gli elettrodomestici rappresentano una voce di spesa "comprimibile". Attraverso l'adozione di misure targettizzate e l'educazione delle famiglie ai benefici attivabili dalla sostituzione degli apparecchi inefficienti, è possibile promuovere in futuro scelte più consapevoli. Ciò è possibile attraverso l'offerta di un **sostegno finanziario e informativo** per l'acquisto di elettrodomestici efficienti, come ad esempio finanziamenti agevolati, pacchetti integrati, e strumenti di monitoraggio del risparmio energetico.

Un terzo ambito propositivo riguarda l'attivazione di **sinergie nella filiera estesa dell'elettrodomestico**, a partire da produttori e Retailer: occorre che gli operatori valorizzino i prodotti di qualità attraverso uno scambio di informazioni sul loro valore aggiunto e potenziale, evitando così una concorrenza orientata unicamente ai prezzi al ribasso. Per farlo, occorre promuovere pratiche sostenibili e collaborative tra produttori e rivenditori, attraverso iniziative di formazione congiunta, sviluppo di prodotti eco-compatibili, campagne di marketing focalizzate sulla qualità e la sostenibilità e sistemi di tracciabilità dei prodotti per un'informazione consapevole e trasparente.

Infine, per sostenere la produzione di prodotti sostenibili ed efficienti e promuovere la **competitività** e la **sostenibilità** dell'Industria, è fondamentale **supportare le aziende** con crediti d'imposta e detrazioni fiscali per agevolare gli investimenti in Ricerca e Sviluppo e in tecnologie di produzione innovative e sostenibili. A tal fine, è auspicabile la creazione di linee di credito agevolate e fondi dedicati per progetti di innovazione, circolarità e sostenibilità per l'Industria degli elettrodomestici italiana.