

MASSIMO GIUSSANI

Quello degli elettrodomestici, con oltre 150 mila addetti distribuiti in 600 aziende, è il secondo comparto manifatturiero in Italia dopo l'automobilistico. Un'analisi condotta nel 2008 da Prometeia per conto di Ceced Italia ha evidenziato una produzione annua di circa 27 milioni di apparecchi per un valore complessivo di 16 miliardi di euro (dati 2007). I dati relativi al 2008 mostrano una riduzione generalizzata delle vendite che si è ripercossa sui fatturati di tutti i principali produttori. Oggi si cerca di guardare con fiducia al timido 'rallentamento del peggioramento' registrato nei primi mesi del 2009.

UN MERCATO CHE STRINGE I DENTI

Un'indagine di Gfk Marketing Services Italia ha rilevato per il mercato dei beni durevoli un fatturato di 7,5 miliardi di euro nel primo semestre del 2008. Sebbene questo corrisponda a una crescita dello 0,6% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, il segmento 'grandi elettrodomestici' mostra per la prima volta un'inversione di tendenza con una diminuzione dell'1,3% in fatturato e del 3,1% in volume. Si tratta di una contrazione che ha interessato tutte le categorie di prodotto (forni, piani cottura, asciugatrici, congelatori, condizionatori...) fatta eccezione per frigoriferi e lavatrici, rimasti pressoché invariati, e per lavastoviglie e cappe da cucina, che sono andate incontro a una crescita. I piccoli elettrodomestici paiono cavarsela un poco meglio, con un mercato cresciuto del 7,6% in fatturato e del 4,5% in volume, sempre rispetto al primo semestre 2007.

I fatturati e le quotazioni di borsa dei principali produttori hanno mostrato nel corso del 2008, e in particolare nel secondo semestre, una tendenza al ribasso che pare però essersi attenuata nei primi mesi del 2009. In un periodo di contrazione economica globale quale è questo, un 'rallentamento nel peggioramento' è una speranza a cui gli investitori paiono volersi affidare. Ad esempio, la svedese Electrolux ha concluso il Q1 2009 con una perdita netta di 346 milioni di corone svedesi (contro una perdita di 106 milioni nello stesso periodo dell'anno precedente) che è tuttavia inferiore al previsto rosso di 423 milioni. La

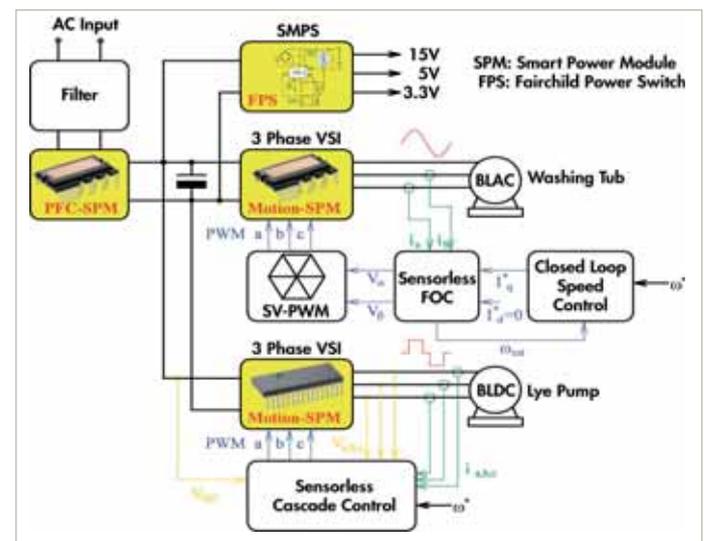
Tecnologia domestica

Il mercato degli elettrodomestici stringe i denti e i produttori puntano sull'innovazione e sulle soluzioni di risparmio energetico

crescita dei ricavi trimestrali dell'azienda svedese è stata del 6,7%. Anche la statunitense Whirlpool chiude il primo trimestre con una perdita inferiore alle aspettative (a fronte di un calo delle vendite del 20%) e la notizia ha 'premiato' il titolo in borsa. In Italia, Indesit vede crescere di un punto la propria quota di mercato in Europa (in particolare in Italia, Inghilterra e Russia), nonostante abbia dovuto dichiarare una riduzione dei ricavi del 21,9%, passando dai

vo nel corso del 2008 sono quelli caratterizzati dall'innovazione, sia tecnologica sia di design, e dalle funzionalità effettivamente in grado di apportare un miglioramento della qualità di vita. Per conquistare il favore del consumatore, i produttori devono quindi puntare su apparecchiature effettivamente in grado di far

Il controllo motori nelle lavatrici si è evoluto verso sistemi basati su inverter con controllo vettoriale che permettono risparmi fino al 30% di energia elettrica. In figura è mostrato un sistema Foc (Field oriented control) per motori brushless che utilizza integrati dedicati (fonte: Fairchild)



Mercato degli elettrodomestici in milioni di euro

	2006		2007		2008	
	Var. %		Var. %		Var. %	
Bianchi	2895	7,5%	3207	10,8%	3301	2,9%
Piccoli	869	11%	908	4,4%	952	4,9%

(fonte: Prometeia)

756,2 milioni di euro nel Q1 2008 a 590,7 milioni di euro nel Q1 2009.

Il 2009 sarà ancora un anno difficile per via di una contrazione dei consumi nazionali complessivi di circa lo 0,5%, effetto della stagnazione dei redditi e della situazione finanziaria e occupazionale tutt'altro che rosea. In Italia, inoltre, l'effetto risente anche della perdita di potere di acquisto dei consumatori che è superiore del 13% rispetto alla media europea.

ANALISI E PROSPETTIVE

L'analisi effettuata da Gfk Marketing Services Italia ha mostrato che i prodotti che sono riusciti a mantenere un andamento positi-

risparmiare tempo, materiale o energia.

La costante evoluzione tecnologica si riflette nel rapido avvicendamento delle linee di prodotto: in media, i grandi elettrodomestici rimangono sul circuito commerciale per un paio d'anni prima di essere sostituiti da nuovi modelli, diversi per design ma anche per contenuto tecnologico. L'avvicendamento è spesso guidato da esigenze di risparmio energetico imposte dall'alto: gli obiettivi di riduzione delle emissioni di gas serra imposti dalla Comunità Europea hanno costretto i produttori a presentare apparecchi caratterizzati da consumi sempre più bassi. L'obbligo di dotare i grandi elet-

trodomestici di un'etichetta che ne specifichi la classe energetica è entrato in vigore alla fine degli anni Novanta, ma già dopo pochi anni l'evoluzione della tecnologia è stata tale da dover introdurre classi aggiuntive, come A+ e A++, per caratterizzare i nuovi prodotti.

L'evoluzione tecnologica deve tuttavia tenere conto della necessità delle aziende di massimizzare i profitti che, con l'aggressiva concorrenza asiatica (in particolare coreana e cinese), si assottigliano sempre di più. Il risultato è stato che molte aziende si sono viste costrette a delocalizzare la produzione in Paesi a basso costo del lavoro. Ma la delocalizzazione non è una soluzione garantita nel tempo: il costo della manodopera in molti Paesi ritenuti 'economici' ha già cominciato a salire e persino gli imprenditori cinesi stanno trasferendo la produzione altrove, ad esempio in Cambogia. Quando la domanda viene sostenuta solo dalla continua riduzione dei prezzi, il consumatore finisce con il trovarsi al centro di un circolo vizioso che parte dalla disponibilità di prodotti a basso costo e termina in una spirale di perdita di qualità generalizzata.

EFFICIENZA ENERGETICA, DOMOTICA E DESIGN

L'esigenza di ridurre i consumi e l'impatto ambientale comporta nuove prospettive di mercato per l'industria elettronica. I produttori di elettrodomestici richiedono soluzioni efficienti di gestione della potenza, sia per aumentare il rendimento durante il funzionamento, sia per limitare i consumi di stand-by. Per ridurre i consumi dei motori dei grandi elettrodomestici, i circuiti di pilotaggio si sono evoluti verso azionamenti basati su inverter e sistemi di controllo vettoriale. La crescente richiesta di integrazione nei sistemi per la domotica sta portando alla diffusione di prodotti 'intelligenti' in grado di dialogare con le centraline di controllo per mezzo di connessioni senza fili. Lo scopo va oltre la mera comodità di programmazione a distanza e rientra in un quadro di concertazione dei consumi degli elettrodomestici a maggior assorbimento (come lavatrici e lavastoviglie) nelle fasce orarie più favorevoli. Anche le esigenze di design hanno bisogno dell'industria elettronica, con la crescente richiesta di interfacce tattili in grado di rilevare il tocco dietro spessi strati di sterile plastica o vetro.