

Testata: Data:

GDO WEEK 15 marzo 2022

RETAIL & ELETTRODOMESTICI



L'home comfort nel rispetto dell'ecologia



La climatizzazione della casa e la purificazione dell'aria avvengono in contesti progressivamente meno energivori e con un focus sui risparmi di gestione

Sanzia Milesi **≥**@sanziamilesi

na ripresa generale del settore, e in particolare, le pompe di calore idroni- federata ad Anima Confinto nazionale, relativi all'ultima rilevazione trimestrale di ottobre-dicembre 2021 e to al 2020, per tutte le cate-

resi noti da Assoclima, l'associazione dei Costruttori la crescita costante del- sistemi di climatizzazione, che. Questo lo stato dell'ar- dustria, che rappresenta un te del mercato della clima- comparto da più di 7.200 adtizzazione in Italia che vede detti per un fatturato totale un 2021 positivo. A eviden- di circa 2.300 milioni di euro ziarlo sono i dati sul merca- e una quota export del 30% sul fatturato.

Un mercato in ripresa rispet-

gorie merceologiche analizzate, in alcuni casi addirittura con percentuali a tre cifre, com'è per le apparecchiature idroniche condensate ad aria (+154% a volume e 97% a valore). Unici a scendere i condizionatori trasferibili (-16,6% a volume e -13% a valore). Ottimi risultati anche per le macchine a pompa di calore di potenza superiori fino a 900 kW (+166% a volume e 118% a valore). Mentre crescono anche i climatizzatori monosplit (+24% sia a volume che a valore), i sistemi multisplit (+20% a volume e +29% a valore), miniVRF e VRF (+26% a volume e +30% a valore) e anche i condizionatori packaged e rooftop (+1% a volume e del 9% a valore). In crescita anche i gruppi refrigeratori di liquido con condensazione ad acqua, come pompe di calore reversibili e solo riscaldamento (+15% a volume e +8% a valore) e versioni raffrescamento e riscaldamento (+13% a volume e + 19% a valore). Chiudono bene questo 2021 anche i sistemi di ventilazione meccanica residenziale (+59% a volume e +47% a valore) e delle centrali di trattamento aria (+12% a valore e -2% a volume), così come dei ventilconvettori di tipo standard, con e senza mantello, cassette e hi-wall (+40% a volume e +48% a valore).

Specializzata nei sistemi di climatizzazione da fonti rinnovabili per il residenziale e il terziario, con una gamma di prodotti che spazia dalla climatizzazione al riscaldamento, passando per la produzione di acqua calda sanitaria, Argoclima è azienda storica nel mercato dell'Home Clima. Fondata nel 1929 a Gallarate (Va) e con un polo logistico distributivo nel bresciano ad Alfaniello (27.000 mq il primo stabilimento e 20.000 il secondo, in cui sono impiegati complessivamente 170 dipendenti), l'azienda ha superato quota 90 milioni di fatturato e produce oltre 10.000 pompe di calore (principalmente vendute tramite export e sul canale professionale).

"In generale il 2021-spiega il Ceo di Argoclima, Paolo Nocivelli- è stato un anno di risultati importanti, complice senza alcun dubbio anche la pandemia, che ha segnato un cambiamento di abitudini nelle persone, più legate alla casa e, di conseguenza, più attente ai prodotti di qualità per viverla al meglio. Nel nostro caso sono andate molto bene le vendite dei climatizzatori a parete, grazie anche ai benefici fiscali che hanno fatto da volano a una richiesta che, in passato, era quasi esclusivamente stagionale. Questa situazione si scontra però con la crisi della componentistica, alla quale si somma l'impennata dei costi dei trasporti cargo che sta creando tensioni sui prezzi in vista della nuova stagione 2022".

Con un export intorno al 40% e una focalizzazione delle vendite al 60% sul canale Eldom del Technical Retail, Argoclima offre una

gamma totale di un centinaio di prodotti. "Per quanto ci riguarda, per il canale eldom Italia - prosegue Nocivelli, illustrando trend e strategieil nostro core business rimane il segmento della climatizzazione, lo confermano anche i dati dell'ultimo semestre 2021 di GFK che ci riconoscono come leader di mercato. La strategia di prodotto ci coinvolge nella proposta di climatizzatori che riescono a far corrispondere al meglio prezzo, qualità e design oltre a una politica distributiva che copre in modo capillare tutto il territorio nazionale. Anche l'online di nostra proprietà e delle insegne clienti, sta dando buoni risultati. Essere omnicanale per un brand come Argo è indispensabile a presidiare il mercato che spesso ha reazioni inaspet-

"Negli ultimi due anni, il contesto è stato favorevole per lo sviluppo del mercato dell'home comfort -sottolinea Roberta Vanni, responsabile marketing di Olimpia Splendid-. Da un lato la pandemia ha rafforzato la relazione con le nostre case e posizionato il benessere domestico al centro del benessere della persona. Dall'altro gli incentivi statali hanno stimolato, in Italia, il rinnovamento delle soluzioni per il comfort climatico, all'insegna di una maggiore efficienza energetica. Olimpia Splendid ha potuto beneficiare di questo contesto, grazie a una gamma



ETTORE JOVANE **HEAD OF AIRCON** DI SAMSUNG **ELECTRONICS**



ANTONIO TAMARAZZO KEY ACCOUNT MANAGER DI SHARP CONSUMER **ELECTRONICS**

di soluzioni che risponde ad entrambe le esigenze: ottenere il massimo del comfort con il minimo dei consumi energetici, grazie a prodotti ad elevata efficienza che agiscono sui fattori chiave del benessere, ovvero temperatura, umidità e purezza dell'aria. Il nostro fatturato è articolato su oltre 20 famiglie di prodotti, distribu-

RETAIL & ELETTRODOMESTICI





Per un brand come Argo essere omnicanale è la principale strategia di presidio



Focus importanti in ambito di connettività integrata e tecnologie di pulizia dell'aria ite in più di 50 Paesi al mondo attraverso 2 diversi canali di vendita (professional e retail) ed è in crescita continua: nel 2020 abbiamo chiuso a 84,3 milioni di euro e nel 2021 siamo ulteriormente migliorati".

La sostenibilità dei prodotti è un driver di acquisto importante. "Abbiamo già detto che le nostre soluzioni sono energeticamente efficienti, ma dobbiamo sottolineare che l'intero piano di sviluppo industriale è allineato ai Sustainable Development Goals europei più rilevanti per il comparto: già oggi possiamo dire che l'80% del nostro fatturato è generato da prodotti con refrigeranti a basso GWP e che il 40% della produzione Olimpia Splendid è alimentata da energia auto-prodotta. Sul canale retail stiamo inoltre lavorando per migliorare l'impatto ambientale dei nostri imballi, attraverso la riduzione della plastica, degli inchiostri e della carta stampata. Un'altra tendenza importante che rileviamo è quello della multifunzionalità: la qualità dell'aria che respiriamo in casa è diventata così centrale nelle nostre vite che un prodotto per la climatizzazione non può limitarsi ad agire sulla temperatura, ma deve intervenire anche sulla sua purezza. Per guidare il consumatore verso scelte d'acquisto più consapevoli rispetto a questi temi, nel 2022 lavoreremo per rendere la comunicazione sul punto di vendita ancora più completa".

Per quanto riguarda la climatizzazione, nel 2021 è stata presentata una gamma di portatili rinnovata, con un upgrade tecnologico all'insegna di una migliore efficienza energetica, modelli con un'efficienza che raggiunge la A+ in ciascuna delle tre famiglie di cui è composta la gamma Dolceclima e un prodotto esclusivo in A++ che garantisce consumi ridotti fino al 29% (vs altro modello in classe A di pari potenza refrigerante).

La tedesca Viessman è tra i leader del mercato dell'Home Comfort per mezzo di una gamma completa di prodotti che vanno dalle caldaie (a condensazione a gas murali e a basamento, a legna e a pellet) sino a pompe di calore e sistemi ibridi, passando per gruppi di cogenerazione e impianti di climatizzazione mono e multisplit e sistemi VRF (come anche, da ultimo, per le soluzioni di gestione energetica integrate e di e-mobility,

grazie alla joint venture con il gruppo Bmw). "Quest'anno proponiamo numerose soluzioni che ci permettono di completare la gamma tanto dal punto di vista delle tipologie di climatizzatori, quanto della potenza, per poter meglio supportare l'installatore, che è, e resta, l'unico canale di vendita di Viessmann, nella sua proposta al cliente finale" afferma Sergio Cucchiara, responsabile prodotto climatizzazione Viessmann Italia. Le novità saranno principalmente di completamento di gamma. "Il modello split Vitoclima 200-S Comfort, con gas refrigerante ecologico R 32 e classe di efficienza A++/ A+, sarà disponibile fino alla potenza di 18.000 Btu/h. Il modello a console Vitocli-

ma 230-S, con gas refrigerante ecologico R 32 e con diffusione dell'aria a singolo o doppio flusso per un maggiore comfort, sarà disponibile nelle potenze 16.000 e 21.000 Btu/h. Un upgrade tecnologico è previsto anche per il climatizzatore monosplit Vitoclima 242-S, modello che consente di scegliere la tipologia di unità interna tra modelli a parete, a cassetta, canalizzati o a soffitto/pavimento e particolarmente indicato per la climatizzazione di piccole attività commerciali. Importante sottolineare che tutti i climatizzatori Vitoclima, ad esclusione di alcune taglie di potenza, accedono alle detrazioni del 50%, 65%, 110% e al Conto Termico 2.0".

RETAIL & ELETTRODOMESTICI

Il brand di elettrodomestici Beko ha di recente introdotto sul mercato dell'home comfort una nuova gamma, completamente rinnovata, 100% wi-fi e focus sull'efficienza energetica, ovvero i suoi nuovi condizionatori a parete Evolution Range: ancora meno consumo energetico (classe A+++) e silenziosi (20 dBA), gestibili da remoto e con un ampio intervallo operativo (per temperature esterne da +50°c a -20°c), e grazie ai 3 filtri fonte di aria pulita in casa.

"Per l'anno 2022 - spiega nel dettaglio Michela Lucchesini, direttrice marketing e comunicazione di Beko Italia la gamma Home Comfort di Beko avrà un'evoluzione ancor più profonda rispetto agli anni precedenti, con focus importanti in ambito di connettività integrata e assoluta priorità a tecnologie legate alla pulizia dell'aria, sia con innovativi sistemi di filtrazione, che con funzioni che permetteranno di liberare l'aria di casa dall'eventuale presenza di batteri e virus. Le novità non si fermeranno soltanto ai condizionatori mono-split, ma ci saranno ampliamenti di gamma in ambito multi-split con l'introduzione di nuove unità esterne con capacità differenti. Anche l'estetica dei climatizzatori avrà un'evoluzione, proporremo un design minimale ed elegante, con condizionatori progettati per risultare veri elementi di arredo. Inoltre, grande attenzione sarà



AXEL D'ANGELO PM DI DAIKIN AIR CONDITIONING ITALY



GIANLUCA FIGINI SALES DIRECTOR AIR SOLUTIONS DI LG ELECTRONICS ITALIA



LUCA ZANIN RESP. VENDITE RETAIL CLIMA DI HISENSE

riservata ai condizionatori portatili e al mondo ventilazione in generale, per continuare a dimostrare di essere uno dei principali Brand a livello italiano nel mondo della climatizzazione".

Quanto alle dinamiche di mercato e alle strategie aziendali, "Il trend più forte in questo momento è quello della sostenibilità e di conseguenza dell'efficienza energetica. Il consumo di energia è significativo su questa tipologia di prodotto anche se l'utilizzo è concentrato nei mesi estivi. La classe di efficienza energetica A+++ quindi è stata 'democratizzata' e diventa accessibile a tutti. Altri due trend importanti: la connettività e le funzioni legate all'igienizzazione/purificazione dell'aria e del dispositivo stesso. La distribuzione specializzata sarà il primo canale a recepire queste novità studiate per rispondere ai nuovi trend, ma credo la richiesta da parte del consumatore sarà tanto forte da approdare rapidamente anche nella distribuzione non specializzata".

"Il mercato Home Comfort è ai suoi massimi storici. Questo è il risultato di una consapevolezza crescente degli utenti finali riguardo i temi legati all'efficienza energetica e alla qualità dell'aria uniti all'effetto sortito dagli incentivi fiscali ed in particolare dal Superbonus 110% e dallo sconto in fattura (esteso anche agli altri incentivi fiscali: Ecobonus 65% e Bonus Casa 50%)" è l'analisi di Axel D'Angelo, product and system development section manager presso Daikin Air Conditioning Italy. Daikin a sua volta registra un andamento record, dovuto al ruolo trainante che ha su tutta la filiera come primo ambasciatore dell'efficienza, della tecnologia e della qualità della vita. "I business crescenti sono quelli legati alle pompe di calore (sia 100% elettriche che ibride), ai purificatori (efficaci anche contro i Coronavirus) e della ventilazione meccanica (come misura generale per la salubrità degli ambienti indoor). Il 2022 porrà delle importanti sfide. Innanzitutto, quelle legate alla disponibilità del materiale e ai continui aumenti dei prezzi che colpiscono già molteplici filiere. In secondo luogo, dovremo fare i conti con il ridimensionamento del Superbonus 110%. Infine, l'aumento delle bollette energetiche e la presa di coscienza generale porteranno sicuramente ad una domanda sostenuta verso le pompe di calore (sia residenziali che commerciali), che ben si sposano con i temi del risparmio, dell'efficienza e dell'indipendenza energetica".

È stato da poco lanciato il nuovo e innovativo Mini VRV 5 in R32 con tecnologia Bluevolution. Si tratta di un vero e proprio VRV con un range di potenza che va dai 4kW ai 6kW (sia monofase che trifase). Grazie alla sua estre-

RETAIL & FLETTRODOMESTICI

ma compattezza, alla sua silenziosità e alla tecnologia di sicurezza Shirudo, è ideale per piccoli punti commerciali situati in centro città. "Lo scenario di mercato e le aspettative di consumo, di recente, hanno reso ancor più evidente l'interesse del consumatore nei confronti dei prodotti per il trattamento dell'aria e le sue peculiari caratteristiche -racconta per Hisense Luca Zanin, responsabile delle vendite per il canale retail e per le linee di prodotto climatizzazione, trattamento dell'aria e piccolo elettrodomestico-. I consumi dimostrano una propensione all'acquisto di prodotti ad alta efficienza energetica e con sistemi avanzati di filtrazione o purificazione dell'ambiente domestico. In particolare, per la climatizzazione, gli incentivi fiscali hanno permesso al consumatore di privilegiare la scelta di prodotti premium, con funzionalità e standard caratteristici più elevati. Hisense fino ad oggi ha operato in Italia principalmente nel canale professionale, realizzando nel 2021 una crescita nelle vendite del +18%". Fondata in Cina nel 1969. Hisense conta a livello mondiale 16 stabilimenti produttivi (di cui 3 in Europa) e altrettanti centri di ricerca (di cui 5 in Europa) e impiega complessivamente 80.000 dipendenti (di cui 10.000 in Europa), generando entrate per 21,8 miliardi di dollari nel 2020. "L'aspettati-

va dei consumatori è di migliorare la qualità della vita negli ambienti domestici e quindi anche il desiderio di migliorare il comfort in termini di qualità e corretti livelli di umidità e temperatura dell'aria. Nasce da qui la necessità di semplificare i gesti con maggior propensione ad una casa 'interconnessa'. Hisense ha deciso di sviluppare la sua presenza nel mercato, ampliando il presidio distributivo nel canale del Consumer Retail. Prevediamo che con la conferma degli incentivi statali anche per quest'anno ci sarà una crescita dei volumi di vendita, soprattutto nei prodotti con tecnologie innovative e ad alta efficienza energetica. In questa prospettiva, grazie ad un'offerta completa in termini di tecnologia e prestazioni, Hisense conta di confermare un risultato di crescita superiore al trend di mercato". Con la sua gamma di purificatori molto ampia, Sharp Consumer Electronics è presente sul mercato italiano dell'Home Comfort con una quindicina di modelli che, in base alle loro caratteristiche, possono essere utilizzati in ambienti che vanno da una superficie di 10 metri quadri fino ai 62 metri quadri. "Per quanto riguarda i purificatori d'aria -illustra Antonio Tamarazzo, Key Account Manager Sharp Consumer Electronics Italia- abbiamo da poco arricchito l'offerta con i modelli UA-KIL60W e UA-KIL80W che



MICHELA LUCCHESINI DIR. MARKETING E COMUNICAZIONE DI BEKO



SERGIO CUCCHIARA RESP. PRODOTTO CLIMA DI VIESSMANN ITALIA



PAOLO NOCIVELLI CEO DI ARGOCLIMA

hanno anche la funzione di deumidificazione e permettono una pulizia dell'aria per ambienti fino a 50 o 62 metri quadri. Si tratta di modelli premium con un'estetica molto curata nello chassis e nel pannello di controllo. Sempre in ambito trattamento d'aria abbiamo appena lanciato anche l'aroma diffuser modello DF-A1E-W, che sarà disponibile da fine maggio, mentre in primavera saranno introdotte le nuove categorie deumidificatori e climatizzatori".

Quanto a obiettivi e strategie commerciali, il manager italiano spiega: "I dati di vendita per le soluzioni home comfort sono incoraggianti se vediamo guardiamo ai risultati che Sharp ha ottenuto in Asia e ultimamente anche in altre regioni europee. Siamo partiti approcciando operatori del mercato B2B ma abbiamo costruito una proposta anche per la grande distribuzione specializzata che si dimostra ricettiva. L'obiettivo è quello di spiegare nel miglior modo possibile ai buyer della distribuzione e tramite una adeguata campagna marketing, ai consumatori, le peculiarità e i vantaggi della nostra offerta che, in particolare per i purificatori d'aria, ci vede all'avanguardia forti della tecnologia Plasmacluster (utilizzata in 100 milioni di dispositivi nel 2021)".

"Nel 2021 abbiamo assistito a una crescita importante delle pompe di calore

aria-acqua, che hanno triplicato il proprio valore rispetto all'anno scorso, un trend che crediamo sarà confermato anche per i prossimi mesi" evidenzia Gianluca Figini, sales director air solutions LG Electronics Italia. "Nonostante il persistere anche nel 2022 di alcuni fattori che hanno influenzato negativamente il mercato nei mesi scorsi, come l'incremento del prezzo delle materie prime, dai semiconduttori alle plastiche, e dei costi di trasporto, con una difficoltà negli approvvigionamenti, stimiamo che il mercato possa crescere anche nel corso di quest'anno, soprattutto in virtù della importante conferma, seppur con alcune limitazioni, degli incentivi governativi". L'attenzione alla qualità dell'aria indoor si conferma trend importante anche nel 2022. Ormai da anni LG è impegnata nello sviluppo di tecnologie e soluzioni volte a rendere gli ambienti più confortevoli e più salubri. "Dalle unità residenziali a parete a quelle più commerciali, come le cassette a 4 vie, per finire con i climatizzatori con purificatore d'aria integrato, LG offre tutto quello che serve per mantenere alta la qualità dell'aria. La purificazione dell'aria tramite sistemi di filtrazione innovativi, la tecnologia al plasma per la ionizzazione e le funzioni di pulizia del climatizzatore stesso sono solo alcuni esempi delle funzionalità integrate da diver-

se soluzioni di LG che vanno a soddisfare una domanda crescente da parte del mercato, accentuata ovviamente anche dalla pandemia da Covid19. Inoltre, non bisogna dimenticare i contributi previsti dal Pnrr che continueranno a sostenere il mercato nel medio-lungo periodo e il nostro obiettivo è proprio quello di permettere ai clienti di poter trarre beneficio da queste agevolazioni fiscali, offrendo soluzioni complete. È proprio grazie alla forte sinergia con la nostra divisione dedicata al fotovoltaico che proponiamo soluzioni integrate che, in base alle specifiche esigenze, contribuiscono a raggiungere il famoso 'salto energetico' di due classi, migliorando così l'efficienza complessiva dell'edificio. Anche in virtù di questa sinergia, sul fronte della distribuzione, LG continua a mantenere il proprio focus su installatori, progettisti e architetti mentre presidia la grande distribuzione attraverso accordi verticali con catene della grande distribuzione dedicate al fai-date". Samsung Climate Solutions è stata premiata per il terzo anno di fila per la qualità del proprio servizio di assistenza post-vendita, assegnato dall'Istituto Tedesco Qualità e Finanza (ITQF). L'impresa punta ad aumentare la awareness della tecnologia WindFree, che elimina i fastidiosi getti di aria diretti e crea un ambiente ad aria ferma. "Siamo molto orgogliosi di aver lanciato uno dei prodotti più innovativi e che meglio rappresentano fattivamente il nostro concetto di comfort sia negli spazi domestici che in quelli lavorativi e commerciali" dice Ettore Jovane, head of aircon bu di Samsung Electronics Italia.

"La soluzione è ideale anche per i contesti più delicati, come ad esempio nelle camere da letto o in presenza di bambini. Samsung è stata la prima ad integrare il Wi-Fi nei propri climatizzatori e, tramite l'app SmartThings (sistema aperto e compatibile con più di 2.500 dispositivi), permette di gestire il climatizzatore, ma anche tutti gli altri dispositivi Samsung. L'ecosistema connesso di Samsung dà al controllo remoto infinite possibilità: dalla regolazione della temperatura, al monitoraggio della qualità dell'aria e dei consumi energetici, basta un semplice tap sullo schermo del proprio smartphone.



ROBERTA VANNI RESP. MARKETING DI OLIMPIA SPLENDID



La sostenibilità dei prodotti è un driver di acquisto impattante



In casa Beko condizionatori progettati per risultare veri elementi di arredo

