



Università degli Studi di Padova

FACOLTÀ DI SCIENZE STATISTICHE

TESI DI LAUREA

IN STATISTICA E GESTIONE DELLE IMPRESE

**Analisi del mercato dei prodotti per il
condizionamento dell'aria.**

Relatore: Ch.mo Prof. ssa Francesca Bassi

Laureando: DAVID PRA LEVIS

Matr. n. 456137/GEI

ANNO ACCADEMICO 2007-2008

INDICE

- 1 **INTRODUZIONE: La Eliwell e Controlli**
 - Esperienza e progetto
- 2 **IL MERCATO ITALIANO DELL' AIR CONDITONING**
 - I prodotti

IL MERCATO CENTRAL PLANT

- 3 **IL MERCATO**
 - 3.1 GRANDEZZA MERCATO, STRUTTURA E SEGMENTAZIONE
 - 3.2 CHILLERS (SCAMBIATORI DI CALORE)
 - 3.3 CHILLER PER TIPO DI REFRIGERANTE
 - 3.4 FAN COILS (VENTILCONVETTORI)
 - 3.5 FAN COILS BY DESIGN
 - 3.6 ALTRE UNITÀ TERMINALI

- 4 **MAGGIORI AZIENDE**
 - 4.1 PANORAMICA
 - 4.2 TENDENZE CHIAVE tabelle: chillers le maggiori aziende e leaders locali
 - 4.3 TENDENZE CHIAVE tabelle: fan coils le maggiori aziende

- 5 **TREND STORICI E PREVISIONI**
 - 5.1 TREND STORICI
 - 5.2 CHILLERS
 - 5.3 FAN COIL
 - 5.4 PREVISIONI
 - 5.5 IMPORTAZIONI
 - 5.6 ESPORTAZIONI

- 6 **DISTRIBUZIONE, PREZZI E SCONTI**
 - 6.1 DISTRIBUZIONE
 - 6.2 PREZZI E SCONTI

IL MERCATO ROOM, PACKAGED AND CLOSE CONTROL

- 7 **IL MERCATO**
 - 7.1 GRANDEZZA MERCATO, STRUTTURA E SEGMENTAZIONE
 - 7.2 WINDOWS/THROUGH THE WALL
 - 7.3 MOVEABLES
 - 7.4 MINISPLITS
 - 7.5 ROOF-TOP
 - 7.6 INDOOR PACKAGED
 - 7.7 CLOSE CONTROL
 - 7.8 CLOSE CONTROL BY SIZE

7.9 PACKAGED PER TIPO DI REFRIGERANTE

8 MAGGIORI AZIENDE

- 8.1 PANORAMICA** tabelle: mercato room le migliori aziende
- 8.2 TENDENZE CHIAVE** tabelle: minisplit le maggiori aziende
- 8.3 TENDENZE CHIAVE** tabelle: indoor packaged le maggiori aziende
- 8.4 TENDENZE CHIAVE** tabelle: close control le maggiori aziende

9 TREND STORICI E PREVISIONI

- 9.1 TREND STORICI**
- 9.2 PREVISIONI**
- 9.3 IMPORTAZIONI**
- 9.4 ESPORTAZIONI**

10 DISTRIBUZIONE, PREZZI E SCONTI

- 10.1 DISTRIBUZIONE**
- 10.2 GROSSISTI**
- 10.3 PREZZI E SCONTI**

11 CONCLUSIONI

1 Introduzione: la Eliwell & Controlli.

Eliwell, brand del gruppo Invensys Controls, distribuisce in tutto il mondo controllori elettronici e sistemi per il controllo di unità frigorifere, progettati e costruiti presso la sua sede, alle porte di Belluno, dove sono ubicati lo stabilimento e gli uffici tecnici, commerciali e amministrativi che impiegano oltre duecento dipendenti.

L'azienda, che dedica la sua produzione ai grandi costruttori OEM (Original Equipment Manufacturers) e, attraverso la distribuzione, agli installatori di impianti, da anni progetta e sviluppa con successo anche controllori elettronici per la gestione di macchine per il condizionamento, per applicazioni civili, commerciali ed industriali. Eliwell può vantare il raggiungimento di un livello qualitativo decisamente superiore alla media, ottenuto grazie ad importanti investimenti effettuati nell'ambito del processo produttivo. Il dipartimento Ricerca e Sviluppo costituisce il cuore dell'azienda: è qui che vengono sviluppati nuovi prodotti e continuamente migliorati e perfezionati i prodotti esistenti utilizzando un know-how tecnico che da 25 anni si evolve costantemente all'interno dell'azienda, frutto di continui corsi di aggiornamento e di costanti verifiche tecniche.

I sistemi produttivi sono attualmente molto avanzati ed in buona parte automatizzati, i controlli effettuati sui prodotti sono rigorosissimi e gli ambienti di lavoro sono organizzati in accordo alle normative di sicurezza. Si è provveduto ad una forte automazione dei vari stadi produttivi, non limitandosi soltanto alla pura e semplice realizzazione di prodotti, ma coinvolgendo anche tutti i controlli e le verifiche qualitative per arrivare fino all'etichettatura ed all'imballaggio.

Una nuova macchina è in grado di deporre 36.000 componenti l'ora sui circuiti stampati (i cosiddetti pcb:printed circuit board) dei regolatori.

Questo investimento ha comportato un abbassamento della percentuale di errore ed una riduzione dei tempi di consegna. Non c'è regolatore che lasci lo stabilimento senza prima essere stato sottoposto ad almeno 2 diversi collaudi automatici, basati

sull'uso di fotocamere. Su un milione di pezzi Eliwell prodotti all'anno, solo lo 0.75% presenta piccoli difetti rilevati dalle verifiche qualitative interne, mentre i prodotti resi sono solo 300 su un milione, ossia lo 0.03%.

I processi produttivi aziendali hanno ricevuto la certificazione ISO 9001:2000.

Per questo i clienti Eliwell sanno che possono contare su un marchio che vuol dire qualità ed affidabilità; un'azienda che garantisce da sempre prodotti e servizi di livello elevato. Tutti i prodotti Eliwell vengono progettati nel massimo rispetto della normativa comunitaria e corredati dal marchio CE e da diverse certificazioni di prodotto (UL/CSA, ENEC, GOST, NSF etc).

Eliwell quest'anno compie 25 anni. Un quarto di secolo durante il quale l'affidabilità e l'innovazione di Eliwell nel campo della refrigerazione commerciale ha compiuto passi da gigante. Basti pensare a quanto l'elettronica sia diventata una delle protagoniste indiscusse nel controllo del freddo, con notevoli vantaggi per installatori e utenti. Parlando quindi di monitoraggio del freddo, impossibile prescindere da un'azienda come Eliwell: dal lontano 1981, anno in cui uscì dallo stabilimento il primo termostato digitale portatile Digiwell 727, fino allo sviluppo del primo termostato elettronico 32 x 74 mm (EWTC 101), riconosciuto in seguito come lo standard nel mercato della refrigerazione commerciale. Dal 1980 i controllori prodotti da Eliwell hanno superato i dieci milioni di unità. La storia di Eliwell continua ancora oggi con prodotti all'avanguardia come il Televis, il sistema di monitoraggio e supervisione di supermercati e ipermercati ed evoluzione del primo Televis 100 prodotto dall'azienda bellunese nel lontano 1992. Oggi che è riconosciuta come leader nel mercato della refrigerazione commerciale, opera con successo anche nel campo del condizionamento con un'ampia gamma di soluzioni caratterizzate da facilità di installazione e di utilizzo, sviluppate grazie ad una pluriennale collaborazione con i maggiori costruttori del settore. Eliwell vanta inoltre un parco clienti di rilevanza internazionale.

IL MERCATO: nell'ambito di un mercato sostanzialmente stagnante, il segmento della refrigerazione fa registrare un buon trend di crescita, dovuto principalmente al

passaggio dai sistemi di controllo meccanici agli elettronici e ad una forte spinta al rinnovamento legata alle nuove normative ed alle sempre più pressanti esigenze di risparmio energetico. Eliwell produce e commercializza più di 1,5 milioni di controllori l'anno, collocandosi al vertice tra i produttori nel settore della refrigerazione in campo internazionale, al secondo posto per quanto riguarda il segmento dei regolatori per tecnologie di climatizzazione. Il primato è quello di avere sempre progettato e costruito internamente, investendo sulle proprie risorse umane e tecnologiche. In Italia vende attraverso una rete d'agenzie e venditori diretti, mentre all'estero è presente in oltre 80 paesi, con modalità diverse secondo i differenti mercati, attraverso una solida e capillare rete di distribuzione.

Eliwell offre un servizio di supporto tecnico e di vendita in Germania, Inghilterra, Spagna, Francia, Russia e Australia, attraverso filiali e consociate; è inoltre presente in altri paesi con partner locali che garantiscono assistenza commerciale e disponibilità di stock, oltre all'assistenza tecnica sul posto.

L'azienda inoltre può vantare un parco clienti che include tutti i maggiori costruttori e OEM a livello mondiale, sia nel campo della refrigerazione che del condizionamento. La sfida dell'azienda è quella di garantire un'adeguata flessibilità ed un ottimo servizio a clienti di tutte le dimensioni, sia verso OEM che verso la distribuzione, pur appartenendo ad un gruppo internazionale di grandi dimensioni che le garantisce una solidità ed una presenza capillare in Europa e oltre Oceano.

Quindi offre una gamma di prodotti standard completa, con un catalogo prodotti che spazia dal controllore meccanico a quello elettronico, fino al controllore liberamente programmabile e personalizzabile, recentemente lanciato sul mercato.

Tra gli obiettivi futuri Eliwell, oltre a consolidare la propria posizione di leadership nel settore della refrigerazione, si propone di offrire al mercato una gamma di soluzioni completa e personalizzabile, unita ad un capillare supporto al cliente, nelle fasi pre e post vendita.

La gamma di prodotti dei prossimi anni garantirà il livello di connettività e di programmabilità (personalizzazione) necessario al cliente per evolversi nell' ambito di un mercato sempre più competitivo.

NOTIZIA ISTITUZIONALE: Invensys Controls Europe (ICE) è un'azienda leader nel settore dei componenti, sistemi e soluzioni di prodotti per il controllo delle apparecchiature, della climatizzazione e della sicurezza attraverso i suoi marchi più importanti: Drayton, Eliwell, Ranco, Eberle e Firex. ICE è il ramo europeo di Invensys Controls, un'organizzazione con sedi in America ad Asia che fornisce componenti per apparecchiature e sistemi per uso domestico per il controllo, la misurazione e il monitoraggio del riscaldamento, della ventilazione e della climatizzazione (HVAC) in tutto il mondo. Con i suoi 10 stabilimenti produttivi dislocati in tutta Europa, ICE conta più di 3.500 dipendenti. L'azienda è leader nel mercato della refrigerazione commerciale in Europa ed è una delle aziende leader nel settore del riscaldamento e della climatizzazione per uso domestico.

Invensys Controls è una divisione di Invensys, un Gruppo multinazionale operante nel settore dell'automazione, dei controlli e delle soluzioni di processo con oltre 35.000 dipendenti in 60 paesi.

L'esperienza in Eliwell

La breve esperienza maturata in questi mesi nell'ufficio marketing di una grande azienda mi ha permesso di entrare in contatto con una realtà che ancora non conoscevo e mi ha fatto capire l'importanza del lavoro di gruppo e delle sinergie che si devono venire a creare per il proficuo svolgimento del proprio lavoro.

Ci si trova ogni giorno di fronte a un mare di sfide più o meno complesse che non sono mai esenti da intoppi, infatti solo una buona coordinazione del lavoro e l'assunzione delle proprie responsabilità permette di sviluppare una buona interazione fra i reparti.

Inoltre, grazie alla disponibilità delle persone con cui sono venuto a contatto, ho avuto la possibilità di sperimentare sul campo ciò che avevo appreso a livello teorico ed ho avuto la possibilità di integrare le mie conoscenze partecipando ad uno stimolante lavoro di squadra.

Tramite l'utilizzo di ricerche di mercato fornite ad Eliwell da aziende leader nel settore quali BSRIA¹ e Uk Trade Association², sono venuto a conoscenza di specifici temi riguardanti il mercato della refrigerazione commerciale e del condizionamento dell'aria, analizzando specifici segmenti di un mercato in continua evoluzione.

Nel complesso questa collaborazione è stata un'esperienza formativa importante che mi ha aiutato molto e mi ha fornito le basi per comprendere la realtà aziendale.

¹ BSRIA è una società di consulenza, test e ricerche di mercato che fornisce servizi specifici sulle costruzioni (www.bsria.co.uk). La loro miscela unica consente ai costruttori di guadagnare certificazioni importanti e pianificare le proprie strategie di mercato.

² Associazione per il commercio britannica

Il progetto

Il mio lavoro è stato quello di estrapolare da precedenti ricerche di mercato una quantità di dati riguardanti il mercato dell'A.C. (Air Conditioning) e raggrupparli in modo da renderne più semplice l'utilizzo e lo studio da parte del reparto marketing della Eliwell.

I dati che ho raccolto sono relativi alle vendite dei prodotti. Per ottenere informazioni anche sulla produzione ho usato un production index che, tramite l'analisi dei dati di import export di ogni paese considerato, permette di ottenere anche una stima approssimativa non solo dell'ammontare delle vendite, ma anche della produzione specifica di ogni singolo paese.

In sintesi, dopo aver ricavato e organizzato i dati e dopo averne resa più rapida la consultazione e averli organizzati in tabelle, si può ottenere una visione globale del mercato dell'A.C. in vari paesi. Ne è risultato che il maggior mercato per prodotti A.C. è quello italiano, sul quale ho scelto di concentrare la mia analisi.

Va notato che i dati si riferiscono a ricerche di mercato aggiornate a fine 2005 cioè il periodo nel quale è stato svolto lo stage.

2 Il mercato italiano dell'Air Conditioning

In base ai prodotti, questi vengono classificati in due gruppi:

-Packaged: cosiddetto plug-in, unità moto condensante divisa in 2 parti, una nell' area da refrigerare (con rotore e ventilatori) e una di solito scroll montata all' esterno (con condensatore e compressore). Ha capacità ridotta ma è facile da installare.

-Central plant: impianto di condizionamento centralizzato con di solito il chiller sul tetto, il quale raffredda un liquido secondario che viene fatto circolare negli scambiatori che espellono aria fredda o calda a seconda delle esigenze.

Package air conditioning :

- Windows/through the wall
- Moveables
- Single split
- Multisplit
- VRF
- US-style ducted split
- Roof tops
- Indoor packaged
- Close control

Central plant air conditioning:

- Chillers
- Air handling unit
- Fan coils
- Chilled water cassetts
- VAV's
- Constant volume units
- Water sources consoles

I dati dei report³ vengono forniti per gli anni che vanno dal 2003 al 2005 con previsioni fino al 2007, anche se la parte principale è comunque concentrata attorno al 2004 con qualche chiave per il 2006.

³ **BSRIA's seventh bi-annual study on the key European markets for air conditioning 2005:** ricerche di mercato effettuate da BSRIA con cadenza biennale per ciò che riguarda le chiavi del mercato europeo per l' Air conditioning e forniscono alle aziende del settore le linee guida secondo cui orientarsi e suggeriscono le strategie di mercato.

Metodologia:

La ricerca è basata su una mistura di metodologie utilizzate BSRIA per effettuare le proprie ricerche di mercato e poi sono andato ad estrapolare i dati più significativi per il mio progetto:

- Collezioni di dati statistici, basate sulle statistiche annuali HEVAC⁴, in collaborazione tra BSRIA e UK trade associations.
- Interviste telefoniche e personali
- In Italia, consulenti facenti parte della world wide market intelligence section si sono occupati a livello locale di raccolte statistiche, ricerche di gruppo, interviste frontali e interviste tramite telefono o fax.

Le ricerche sono state poi rielaborate da BSRIA utilizzando esperti locali e partner di lungo periodo con la possibilità di comparare i dati di tutta Europa.

Oltre alle statistiche raccolte, sono state effettuate più di 250 interviste a fornitori chiave che BSRIA ha selezionato per effettuare la ricerca.

Va notato che il volume del mercato si riferisce al numero di unità vendute in un dato anno e inoltre si riferiscono ai valori dell'intero sistema, con la media dei prezzi registrati al primo passo della distribuzione.

I prodotti

Descrizione dei prodotti central plant air conditioning:

Chillers: scambiatori di calore (componente in cui si realizza uno scambio di energia tra due fluidi), sono unità utilizzate per rinfrescare l'acqua tramite un evaporatore, con condensatore integrale o remoto funzionano per compressione di vapore o per ciclo di assorbimento. Vengono classificati per tipo di compressore (alternativo, a vite, a bobina, centrifugo, ad assorbimento) e per tipo di espulsione del calore (raffreddato ad aria o ad acqua).

⁴ HEVAC: HEating, Ventilating and Air Conditioning manufacturers association/ (<http://www.feta.co.uk/hevac>).

Air handling units: stazione centrale assemblata in fabbrica che consiste in una ventola o un gruppo di ventole e altro equipaggiamento che combina alcune o tutte le funzioni di circolazione, pulizia, riscaldamento, raffreddamento, umidificazione, deumidificazione e miscelaggio aria.

Fan coil: (ventilconvettori) sono unità terminali da ambiente e consentono una regolazione locale e individuale della temperatura e della velocità dell'aria distribuita. Non hanno componenti per la produzione di freddo o caldo quindi devono essere collegati a un generatore di calore o a un gruppo refrigerante d' acqua.

VAV's: (variable air volume) è un dispositivo con un sistema di distribuzione dell'aria, normalmente serve un area individuale ed è progettato per controllare il flusso di volume e di temperatura dell'aria costanti per incontrare i requisiti di spazio.

Descrizione dei prodotti packaged air conditioning:

Windows/through the wall: (climatizzatori murali) fornita e installata come singola unità, sporge dal muro o dalla finestra alla quale è installata, adatta per singole stanze limitata ad una potenza di 6 Kw.

Moveables: unità progettate per essere trasportabili senza reinstallarle, adatta per usi residenziali e piccolo commerciali.

Roof-top: (condizionatori monoblocco autonomi) unità singola standard che comprende tutti gli elementi di raffreddamento e distribuzione dell'aria progettata per montaggio esterno, l'aria viene distribuita all'edificio direttamente attraverso i condotti. Soluzione ideale per il trattamento dell'aria in ambienti con ampi volumi da condizionare come supermercati, palazzine, ospedali e centri commerciali.

Indoor packaged: sono unità singole che comprendono tutti gli elementi di raffreddamento e distribuzione dell'aria progettate per montaggio interno.

Close control: (condizionatori di precisione) unità di precisione ad acqua refrigerata canalizzabili con potenze tra 8 e 80 Kw, sono ad installazione verticale e sono in grado di controllare sia temperatura che umidità. Particolarmente indicato per il condizionamento di locali tecnologici (server, sale CED, ecc.).

Il mercato central plant

3 Il mercato

Il mercato central plant (figura 1, figura 2) negli anni in Italia è rimasto forte malgrado le difficili condizioni economiche, quotato intorno ai 411 milioni di €.

Nonostante il volume delle vendite dei chiller e delle air handling units siano calati rispettivamente del 5 e del 2,5%, il mercato globale è comunque in crescita del 6% a causa di un forte mercato dei fan coil.

I rapporti iniziali del 2005 prevedevano un volume di crescita basso o negativo, ma il caldo inaspettato ha fatto da incentivo agli investimenti e quindi ci si aspetta una crescita del 3% per il biennio 2006-2007.

Nel mercato dei chiller, le unità sotto i 200kw ammontano al 90% del volume del mercato perché offrono più alte performance e un più basso disturbo a bassi livelli di capacità.

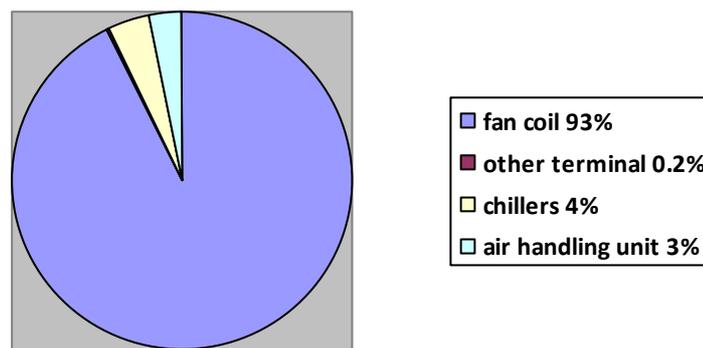
Il mercato delle air handling units è stato affetto da erosione di prezzo e ha sofferto del calo delle vendite negli ultimi 3 anni, tuttavia può ricominciare a crescere quando i clienti presteranno più attenzione alla qualità dell'aria.

Le unità fan coil posseggono un forte mercato in Italia, con un volume di vendite di 685.000 unità nel 2004, circa quattro volte quello della Francia. La preferenza per questa unità è elevata in tutti i settori del mercato italiano grazie all'ampia rete di distributori che la rendono più facilmente accessibile ai clienti.

È previsto che l'industria delle costruzioni cali in Italia nei prossimi anni e quindi si punterà al rinnovamento delle unità già esistenti.

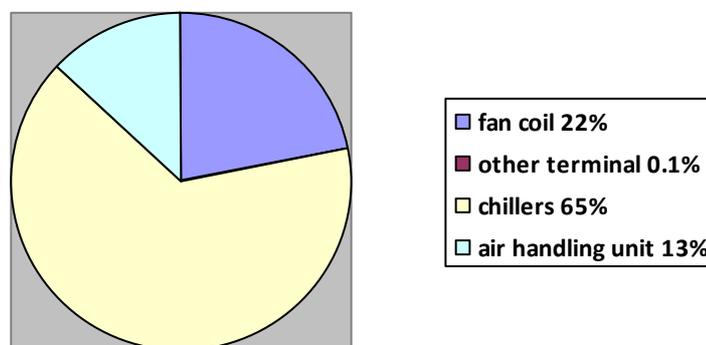
I costruttori di equipaggiamento central plant in Italia sono molti e i marchi più diffusi sono Aermec, Clivet, Climaveneta, RC group e Bluebox. Ci si aspetta che la produzione rimanga in Italia a causa della specializzazione e della qualità richieste, tuttavia ci si aspetta anche la costruzione di nuovi impianti nel far east per aumentare la penetrazione del mercato e una volta stabiliti anche più produzione potrebbe spostarsi in questi paesi.

Figura 1 Panoramica del mercato central plant per tipo di prodotto, % volume 2004



Fonte: BSRIA

Figura 2 Panoramica del mercato central plant per tipo di prodotto, % valore 2004



Fonte: BSRIA

3.1 Grandezza mercato, struttura e segmentazione

L'Italia ha risentito delle stesse difficili condizioni economiche del resto d'Europa negli ultimi anni e mediamente ha visto i suoi investimenti diminuire e non si aspetta un recupero in tempi brevi.

Comprensibilmente la fiducia dei consumatori è diminuita e sono quindi riluttanti a spendere in un'economia in difficoltà.

Il mercato dei chiller continua ad essere dominato dalle unità sotto i 200 Kw nel 2005 che sono circa il 90% del totale e ci si aspetta un'ulteriore crescita. Un'altra tendenza è quella di spostarsi dai compressori alternativi a quelli a scorrimento per la gamma delle basse capacità e verso i compressori a vite per le medie e alte capacità.

Grandezza mercato

Il mercato italiano dei central plant (tabella 1) è il più grande dell'Europa dell'ovest come volume, spinto da un grande mercato dei chiller e simultaneamente da un largo mercato di fan coil e air handling units. In Italia i chiller hanno avuto un volume di vendite pari a 32.389 unità nel 2004, più di tre volte del secondo mercato che è quello francese con 9.700 unità vendute nello stesso periodo. Anche il mercato dei fan coil è enorme se paragonato agli altri dell'ovest Europa, ciò accade perché vi è un gran numero di costruttori locali che sfruttano i benefici logistici.

Tabella 1 Volume di mercato per central plants air conditioning (unità) 2003-2005(E)

	2003	2004	2005(E)
Chillers	34.095	32.389	33.008
Air handling unit	20.500	20.000	20.000
Fan coils	640.000	685.000	689.000
Other terminal unit	1.200	1.200	1.200
Totale	n/a	n/a	n/a

Fonte: BSRIA
(E): Estimated

3.2 Chiller (scambiatori di calore)

Il mercato dei chiller (tabelle 2, 3 e 4) è sempre l'ultimo a soffrire degli effetti di un declino economico, nel nostro paese è dominato dai piccoli chiller che hanno beneficiato degli investimenti nei settori residenziale e piccolo commerciale, ciò riflette infatti che oltre il 90% di vendite avviene per le unità sotto i 200 Kw.

Tabella 2 Mercato dei chiller per grandezza, volume del mercato (unità) 2003-2005

	2003	%	2004	%	2005	%
<20kw	17.155	50%	16.297	50%	16.609	50%
21-50kw	10.114	30%	9.608	30%	9.791	30%
51-100kw	3.628	11%	3.446	11%	3.512	11%
101-200kw	2.062	6%	1.959	6%	1.996	6%
201-400kw	633	2%	601	2%	613	2%
401-600kw	249	1%	237	1%	241	1%
601-800kw	149	<1%	142	<1%	144	<1%
801-1,000kw	65	<1%	61	<1%	63	<1%
>1,000kw	40	<1%	38	<1%	39	<1%
Total	34.095	100%	32.389	100%	33.008	100%

Fonte: BSRIA

Tabella 3 Mercato dei chiller per grandezza, valore del mercato (€ milioni) 2003-2005

	2003	%	2004	%	2005	%
<20kw	61,4	22%	58,6	22%	59,3	22%
21-50kw	58,6	21%	55,9	21%	56,6	21%
51-100kw	61,4	22%	58,6	22%	59,3	22%
101-200kw	47,4	17%	45,3	17%	45,8	17%
201-400kw	22,3	8%	21,3	8%	21,6	8%
401-600kw	11,2	4%	10,7	4%	10,8	4%
601-800kw	6,4	3%	8,0	3%	8,1	3%
801-1,000kw	5,6	2%	5,3	2%	5,4	2%
>1,000kw	2,8	1%	2,7	1%	2,7	1%
Total	279	100%	266,4	100%	269,4	100%

Fonte: BSRIA

Tabella 4 Analisi incrociata del mercato dei chiller per grandezza, tipo ed espulsione di calore, volume 2004

	<20kw	21-50kw	51-100kw	101-200kw	201-400kw	401-600kw	601-800kw	Totale
Reciprocating								
-air cooled	-	2.345	726	624	-	-	-	3.695
-water cooled	-	982	265	260	-	-	-	1.507
Total Reciprocating	-	3.327	991	885	-	-	-	5.202
Screw								
-air cooled	-	1.936	1.455	542	407	194	106	4.640
-water cooled	-	1.097	980	501	172	47	38	2.835
Total screw	-	3.033	2.435	1.044	579	241	144	7.475
Scroll								
-air cooled	16.109	3.202	-	-	-	-	-	19.311
-water cooled	328	80	-	-	-	-	-	408
Total scroll	16.438	3.282	-	-	-	-	-	19.720
Absorbtion								
-air cooled	171	149	86	68	34	-	-	508
-water cooled	-	-	-	-	-	-	-	-
Total absorbtion	171	149	86	68	34	-	-	508
Totals								
-air cooled	16.281	7.632	2.267	1.234	441	194	106	28.155
-water cooled	328	2.159	1.245	762	172	47	38	4.751
Grand total	16.068	9.791	3.512	1.996	613	241	144	32.365

Fonte: BSRIA

3.3 Chiller per tipo di refrigerante

Vi è stato un cambiamento ben definito riguardo al tipo di refrigerante che è possibile utilizzare dopo la messa al bando del refrigerante R 22, l'R 407e ne è diventato il più popolare rimpiazzo (tabella 5), anche se l' R410A potrebbe guadagnare parti di mercato, al momento non vi sono ancora molti componenti accessibili per questo tipo di refrigerante .

I costruttori credono che dipenda dai produttori di compressori avviare a questo cambiamento e verso refrigeranti sempre meno dannosi per l'ambiente.

R134A è il più popolare per quanto riguarda le grosse capacità, particolarmente per i compressori centrifughi.

Tabella 5 Mercato dei chiller per refrigerante e per tipo, % di vendite per volume 2004

	Reciprocating	Screw	Scroll	Centrifugal
-R11	-	-	-	-
-R12	-	-	-	-
-R22	50%	15%	28%	-
-R407C	30%	40%	40%	-
-R134A	19%	35%	27%	100%
-R410A	1%	10%	5%	-
-Other	-	-	-	-

Fonte: BSRIA

3.4 Fan coil

Il mercato italiano dei fan coil è di gran lunga il più grande in Europa, con 685.000 unità vendute nel 2004. I mercati prossimi al nostro come grandezza sono Francia e Spagna che fanno registrare vendite tra 500 e 550 mila unità. I rimanenti mercati arrivano appena alle 100 mila unità vendute.

Questo è il riflesso di un ampio mercato dei chiller unito all'alta penetrazione dei prodotti A.C. presenti nel settore residenziale, infatti spesso vengono preferite dai consumatori le unità fan coil e ciò favorisce ad esse un alto potenziale di crescita.

I due terzi del mercato passano attraverso un'ampia rete di distributori e questo ha favorito una buona penetrazione rendendo i prezzi veramente competitivi.

3.5 Fan coil units by design

La maggioranza delle unità vendute sono quelle a cassetta, ovvero a piano verticale o a muro, perché sono semplici da installare per applicazioni residenziali e piccolo commerciali. Contemporaneamente crescono anche le unità Hi-wall e ciò è dovuto sempre alla forte penetrazione nel settore residenziale.

In conclusione si può vedere che le cassette sono un settore nel quale i costruttori hanno riportato delle crescite (tabella 6).

Tabella 6 Unità fan coil by design, solo raffreddati ad acqua, volume (unità) 2003-2005(E)

	2003	2004	2005
CONCEALED chassis			
-horizontal /ceiling	64.000	68.500	68.900
-vertical/floor or wall	96.000	102.750	103.350
Total concealed	160.000	171.250	172.250
CASED minisplit indoor unit type (chilled water only)			
Traditional:			
-horizontal wall (hi-wall)	51.200	56.513	56.843
-horizontal floor (console type)	5.520	5.908	5.943
-horizontal ceiling	70.000	74.905	75.342
-chilled water cassettes	51.200	52.762	53.070
-vertical floor or wall	302.080	323.663	325.553
Total cased minisplit indoor unit type	480.000	513.750	516.750
Grand total	640.000	685.000	689.000

Fonte: BSRIA

3.6 Altre unità terminali

Le altre unità terminali presenti sul mercato sono pressoché ininfluenti in Italia.

I principali marchi americani includono questi prodotti nella loro gamma di offerte ma le unità VAV sono le uniche a far registrare delle vendite quantificabili (tabella 7).

Tabella 7 Altre unità terminali, volume (unità) del mercato, 2003-2005(E)

	2003	2004	2005
VAV	1.000	1.000	1.000
Fan assisted VAV	200	200	200
Total VAV	1.200	1.200	1.200
Other:			
-constant volume	-	-	-
-induction	-	-	-
-water sourced consoles	-	-	-
Total other terminal	-	-	-

Fonte: BSRIA

4 Maggiori aziende

4.1 Panoramica

Il mercato italiano dei central plant ha visto un piccolo cambiamento in termini di distribuzione dei marchi negli ultimi anni. I marchi italiani sono infatti rimasti forti in tutti i mercati a seguito di una base manifatturiera forte e ben radicata.

Diversamente dal mercato packaged, i marchi giapponesi non sono realmente rappresentati nel mercato central plant; poiché i marchi americani hanno forte presenza e una vasta gamma di prodotti e sono sovente gli unici fornitori del mercato delle piccole unità terminali.

Il grande numero di costruttori in Italia fa in modo che il mercato italiano sia più frammentato rispetto agli altri mercati dell'Europa occidentale. I marchi locali quindi possiedono una grossa fetta di mercato riducendo le possibilità di importazioni dagli altri paesi, come ad esempio dalla Francia, caratterizzata a sua volta da una influente industria manifatturiera (tabella 8).

Tabella 8 Leader del mercato dei chiller per grandezza, per valore (ordine decrescente), 2004

	All chillers	<100 Kw	100-350 Kw	>350 Kw
Market Leader	Aermec Carrier Climaveneta Clivet RC Group Elektra	Aermec Carrier Clivet Climaveneta	Carrier Climaveneta Aermec Clivet RC Group	Climaveneta Trane RC Group McQuay Blue Box Clivet
Share	65%	50%	68%	60%
Other significant companies	Blue Box Rhoss Trane	Blue Box RC Group Rhoss Others	Blue Box McQuay York Others	Others

Fonte: BSRIA

4.2 Chiller: tendenze chiave

I marchi italiani dominano il mercato dei chiller in Italia. Quello dei chiller è un mercato ben radicato e i fornitori coinvolti ne sono presenti da molto tempo; è improbabile quindi prevedere cambiamenti significativi per ciò che riguarda la ripartizione del mercato perché i fornitori italiani si trovano d'accordo sul servire tutti solamente una ben definita fetta di mercato.

Detto ciò, il mercato dei chiller sta cambiando per quanto riguarda il tipo di compressore più usato e grazie all'introduzione di nuovi refrigeranti viene concessa la possibilità ai fornitori di aggiornare il proprio portafoglio di prodotti.

Uno dei cambiamenti più evidenti è avvenuto in Daikin, la quale è uscita completamente dal mercato dei chiller sotto il suo marchio sottoscrivendo un accordo con Trane. Per ciò che riguarda i marchi americani, la Carrier in Italia è presente nello sviluppo di compressori a vite così come nel mercato dei grossi compressori a scorrimento. I tre principali marchi americani, Carrier, Trane e York dominano le unità a grossa capacità per i chiller centrifughi e ad assorbimento, la York opera sotto

il marchio Yazaki e Sanyo e Mc-Quay combinano gli sforzi per rifornire il mercato delle unità ad assorbimento. Il mercato delle unità a bassa capacità, che fanno registrare il maggior numero di vendite, viene rifornito per la totalità da marchi italiani come Climaveneta, Clivet, Aermec, RC group e Blue Box.

4.3 Fan coil: tendenze chiave

Ancora una volta i marchi italiani detengono la fetta più grossa del mercato e i più forti sono, Aermec, Galletti e Sabiana. Altri fornitori che operano con successo nelle unità fan coil sono la De Longhi e la Rhoss ma Carrier è la più rilevante essendo leader nel mercato delle piccole cassette refrigeranti, così come nel mercato dei due tubi (tabella 9, tabella 10).

Tabella 9 Leader del mercato per le unità fan coil analizzate per tipo di prodotto, per valore (ordine decrescente), 2004

	Chilled water cassettes	Other cased	Chassis (concealed) type
Major companies	Carrier Aermec Galletti	Aermec Carrier Sabiana	Carrier Aermec Galletti
Share	60%	50%	50%
Other significant companies	Sabiana Others	Atisa Galletti De Longhi	Sabiana Rhoss De Longhi

Fonte: BSRIA

Tabella 10 Leader del mercato dei fan coil analizzati per 2-tubi e 4-tubi, per valore (ordine decrescente), 2004

	2-pipe	4-pipe
Major companies	Carrier Aermec Galletti	Aermec Carrier Sabiana
Share	60%	50%
Other significant companies	Sabiana De Longhi Rhoss Atisa	Galletti De Longhi Rhoss Atisa

Fonte: BSRIA

5 Trend storici e previsioni

5.1 Panoramica

Fin dalla caduta del mercato nel 1999, il mercato central plant ha recuperato fortemente mantenendo un volume globale di crescita attorno al 7% per anno fino al 2004 superando lentamente il volume di vendite del 1998 (tabella 11).

Tabella 11 Tendenze storiche, central plant air conditioning, volume (unità), 2000-2004

	2000	2001	2002	2003	2004	CAGR
Chillers:						
Recip, screw, scroll	20.564	24.810	28.449	33.465	31.791	11.5%
Centrifugal	123	75	81	40	38	-25.4%
Absorption>350Kw	977	575	660	590	560	-13.0%
Air cooled	19.843	21.486	25.794	28.560	27.126	8.1%
Water cooled	2.693	4.456	3.959	4.945	4.703	15%
<100Kw	17.209	22.956	26.697	30.897	29.351	14.3%
101-400Kw	3.043	1.529	1.402	2.695	2.560	-4.2%
401-800Kw	312	325	350	398	379	5.0%
>800Kw	228	168	178	105	99	-18.8%
Air handling units	19.000	21.000	20.500	20.500	20.000	1.3%
Fan coils	517.776	554.202	665.042	685.000	685.000	7.2%
VAV units	1.446	1.460	1.432	1.200	1.200	-4.6%
Other	-	-	-	-	-	-
Total	559.886	602.122	716.164	695.765	738.000	7.2%

Fonte: BSRIA

CAGR: compound annual growth rate (year per year growth rate). Tasso di crescita di un investimento anno dopo anno preso in un determinato periodo di tempo.

$$E=B(1+r)^T$$

E=ending value B=beginning value

T=time passed in years r=percentage annual

Growth rate

Esempio: $31.791=20.564(1+r)^4$

$$r=(31.791/20.564)^{1/4}-1$$

$$r=0.115 \quad \text{CAGR}=11.5\%$$

5.2 Chiller

Il mercato dei chiller è stato il principale traino per la crescita di volume del mercato central plant, le vendite di unità a compressore alternativo sono diminuite favorendo la crescita dei chiller rotativi a più bassa capacità.

I chiller a grande capacità come quelli centrifughi e ad assorbimento hanno continuato a soffrire di un lento declino, inoltre la penetrazione nel mercato residenziale ha spinto le vendite ed incrementato la percentuale delle unità con capacità sotto i 100 kw.

I chiller raffreddati ad acqua sono diminuiti a favore di quelli raffreddati ad aria a causa della riduzione dei prezzi dei componenti e delle migliori facilities presenti nel nord Italia dove è concentrata la parte del mercato A.C. più consistente.

Dopo la caduta del mercato del 1999, il mercato dei chiller si è nuovamente arrestato nel 2003 a causa della scarsa crescita in tutti i settori e sono stati così posticipati i nuovi progetti.

5.3 Fan coil

Il mercato dei fan coil continua ad essere forte in Italia spinto dal mercato locale dei chiller e dalla crescente accettazione nel settore residenziale. Ci si aspetta che avvengano dei cambiamenti in futuro in questo mercato a causa dell'entrata di nuovi prodotti che rendono sempre più interessante la combinazione di sistemi di riscaldamento e di raffreddamento insieme.

5.4 Previsioni

In generale la tendenza che si è verificata nel mercato dei chiller negli ultimi 5 anni ci si aspetta che continui. I chiller alternativi diminuiranno in favore di quelli rotativi a più bassa capacità e in favore di quelli a vite di capacità media.

La chiave di guida per la crescita in questo tipo di mercato sarà l'innovazione di prodotto, come si può vedere nelle unità alimentate a gas e nei chiller che offrono unitamente riscaldamento e raffreddamento in aree diverse, per potere così competere

con le grandi unità packaged. Sarà inoltre necessario ampliare il proprio portafoglio di prodotti in linea ai cambiamenti di refrigerante e in base alla possibilità di ottenere emissioni di energia sempre più efficienti.

Tutto ciò darà modo ai consumatori di scegliere, aiutando l'innovazione di prodotto verso le unità a bassa capacità e gli investimenti potrebbero essere effettuati in questo senso per far continuare la crescita in quest'area.

Comunque, il prezzo diventerà un fattore fondamentale per la crescita dei chiller a bassa capacità.

Dopo alcuni anni difficili con crescita negativa a causa delle difficili condizioni economiche, sembra che dal 2004 ci possa essere stata una spinta nei consumi e anche se è difficile fare previsioni, il miglioramento dell'economia potrebbe fare da incentivo agli investimenti in nuovi progetti e le unità vecchie e obsolete potrebbero essere rimpiazzate così da permettere un rapido recupero di quote di mercato (tabella 12).

Tabella 12 Previsioni per il mercato central plant air conditioning, volume (unità), 2004-2008

	2004	2005	2006	2007	2008	CAGR
Chiller by compressor:						
Reciprocating	5.203	5.069	5.076	4.873	4.684	-5.3%
Screw	7.475	7.625	7.701	7.624	7.548	0.5%
Scroll	19.720	20.698	21.521	23.011	24.603	8.7%
Centrifugal	39	39	41	43	47	5.2%
Absorption	571	584	589	601	613	3.3%
Chiller by size:						
<100Kw	29.912	30.830	31.628	32.728	33.970	3.2%
100-400Kw	2.609	2.688	2.796	2.907	2.995	3.5%
400-800Kw	385	393	401	409	417	2.0%
>800Kw	102	103	105	108	114	2.8%
Chiller by cooling:						
Air cooled	28.154	29.151	30.050	31.343	32.710	3.8%
Water cooled	4.854	4.864	4.878	4.809	4.785	-0.4%
Chiller by heat pump	22.037	22.708	23.320	24.136	25.033	3.2%
Chiller by cooling only	10.971	11.305	11.610	12.016	12.462	3.2%
Chiller Grand total	33.008	34.014	34.929	36.152	37.495	3.2%
Total air handling units	20.000	20.400	20.966	21.548	22.315	2.8%
Total fan coils	689.000	709.670	730.960	752.889	775.475	3.0%
Total VAV	1.200	1.206	1.218	1.230	1.243	0.9%

Fonte: BSRIA

5.5 Importazioni

I produttori locali sono molto forti in Italia e come ci si può aspettare le importazioni di prodotti central plant sono basse, circa il 14% del mercato totale.

Generalmente le importazioni provengono da marchi americani che possiedono una filiera in Europa, particolarmente in Francia per i prodotti per il raffreddamento perché in Italia non vi sono produttori significativi di chiller a grossa capacità centrifuga e ad assorbimento e i prezzi sono più alti.

5.6 Esportazioni

In un paese dove vi è una solida base manifatturiera le esportazioni sono elevate, una media del 27% della produzione locale di prodotti central plant è esportata.

I produttori locali intendono rimanere in Italia e non seguire l'esodo di spostamenti verso i paesi dell'est in attesa di riuscire a ridurre i costi di produzione. Le apparecchiature sono molto specializzate e i produttori locali sentono di poter mantenere un elevato standard di qualità rimanendo in Italia, comunque cercando di stabilire una filiera anche nell'est Europa in modo da penetrare il mercato e una volta stabiliti una parte maggiore della produzione potrebbe essere spostata in quei paesi (tabella 13).

Tabella 13 Commercio straniero central plant, valore (US \$ milioni), 2005(E)

	A	B	C	D	E	F	G
	Home market	Imports*	Imports as % of home market B/C	Production* A-B+E	Exports	Balance of trade E-B	Exports as % of home production E/D
Chillers	277.4	55.5	20%	317.2	95.3	39.8	30%
Air handling units	56.3	1.0	2%	77.9	22.6	21.6	29%
Fan coils	97.9	2.5	3%	125.4	30.0	27.5	24%
VAV	0.5	0.5	100%	0.0	0.0	-0.5	0%
Other	-	-	-	-	-	-	-
Total terminal units	0.5	0.5	100%	0.0	0.0	-0.5	0%
Grand total	432.1	59.5	14%	520.5	147.9	88.4	28%

Fonte: BSRIA

*:escluse tutte le re-esportazioni o altre attività commerciali

6 Distribuzione, prezzi e sconti

6.1 Distribuzione

Il mercato italiano è unico in termini di distribuzione perché le vendite tramite agenti dominano il primo punto della distribuzione per i prodotti air conditioning.

Gli agenti vendono direttamente all'appaltatore, ai distributori e a volte anche al consumatore finale (tabella 14). Questi agenti lavorano su una commissione base e differiscono in base allo specifico prodotto, alle applicazioni e alle regioni e di solito non rappresentano più di un marchio a meno che non riguardi le piccole applicazioni commerciali.

Una buona rete di distribuzione è la chiave per il successo nel mercato italiano, alcuni agenti si occupano di specifiche regioni e altri hanno bisogno di offrire una copertura nazionale quindi più agenti ha una compagnia e più ci si aspetta di vendere.

I distributori diventano sempre più importanti nel mercato dei fan coil perché spingono per allargare il portafoglio di prodotti da offrire ai propri clienti e posseggono già il 30% del mercato, tutto ciò farà crescere ancora il mercato.

Tabella 14 Distribuzione delle vendite degli equipaggiamenti central plant, per valore 2004

	Chillers			AHU	Fan coils	VAV
	Small (<100Kw)	Medium (100-350Kw)	Large (>350Kw)			
Direct to contractor/installer	60%	80%	75%	95%	50%	95%
Distributor	30%	-	10%	-	30%	-
Direct to end users	10%	20%	15%	5%	20%	5%
Total %	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: BSRIA

6.2 Prezzi e sconti

I prezzi medi sono quasi impossibili da calcolare perché sono generalmente concordati in base alle necessità di ogni consumatore, in base al canale di distribuzione e alla grandezza delle unità. Quindi, in questo caso, BSRIA offre informazioni guida generali che ci dicono che secondo molte categorie i prezzi dovrebbero rimanere tali con una lieve crescita dovuta all'inflazione ma successivamente a causa della crescita di competizione la domanda potrà portare ad una riduzione dei prezzi.

I prezzi per i fan coil stanno diminuendo per i più grossi progetti ma generalmente si mantengono costanti anche se la pressione dei distributori può indurre ad una riduzione dei prezzi (tabella 15).

Gli sconti in Italia possono essere molto alti per i prodotti air conditioning compresi tra il 40% e il 60% in base al tipo di prodotto, all'influenza del cliente e all'accessibilità del prodotto.

Tabella 15 Esempio della media dei prezzi (US \$) per tipo di prodotto, 2004

	Average manufacturers list price US \$	Average manufacturers list price US \$-range	Discounts range	Manufacturers selling price	Price range
	A		B=C-A	C	
Chiller:					
<100Kw	10.000	5.500-20.000	40%-60%	6.000	2.500-17.000
100-350Kw	40.000	20.000-35.000	40%-60%	27.000	18.000-32.000
350-800Kw	80.000	35.000-90.000	40%-60%	50.000	25.000-60.000
>800Kw	100.000	70.000-160.000	40%-60%	81.000	60.000-140.000
Air handling units	6.000	4.000-10.000	40%-60%	2.736	2.000-6.000
Fan coils	250	100-350	40%-60%	141	120-250
VAV	-	-	-	-	-
Constant volume	-	-	-	-	-

Fonte: BSRIA

Il mercato room, packaged and close close control

7 Il mercato

Il mercato packaged (figure 3 e 4) in Italia ha risentito dei problemi economici generali ma le buone condizioni climatiche del biennio 2004-2005 hanno aiutato le vendite che si sono mantenute accettabili.

Le unità trasportabili a bassa capacità come gli split systems hanno beneficiato delle alte temperature, ma l'intensa competizione e l'erosione dei prezzi hanno ridotto i margini per i produttori. Le unità a finestra si mantengono di anno in anno ad un volume di vendite di 10 mila pezzi, spinte quasi esclusivamente da un mercato di sostituzione o rinnovamento.

Il volume di vendite delle unità trasportabili è cresciuto del 10% nel biennio 2004-2005 e ci si aspetta una crescita del 30% per gli anni a venire in un mercato che già conta guadagni per 60.2 milioni di Euro nel 2005.

Le unità single split tra 3,5 e 5 Kw restano le più popolari in Italia e la penetrazione di questo tipo di prodotti nel settore residenziale è forte, soprattutto nel nord Italia.

La crescita del mercato dei Roof-top è rimasta stabile, ma l'aumento di interesse dei produttori italiani per questo prodotto fa pensare ad una crescita nei prossimi 5 anni.

La crescita degli indoor packaged rimane bassa perché i consumatori finali sono scettici nei confronti di questi prodotti tradizionali americani.

La maggior parte delle vendite di close control viene effettuata alle compagnie di telecomunicazione. E, sebbene l'accettazione da parte dei consumatori sia ancora bassa per ciò che riguarda le nuove tecnologie come i 3G mobile, le compagnie continuano ad investire nelle cabine di telecomunicazione.

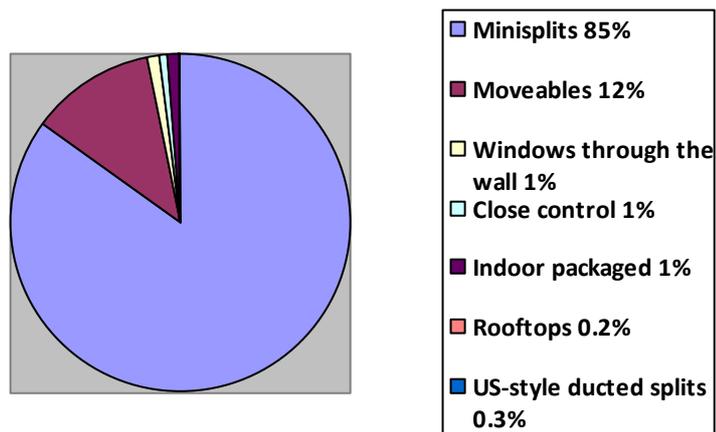
I marchi giapponesi sono i più forti nel mercato dei minisplit anche se alcuni marchi locali italiani si stanno imponendo bene in questo mercato, sono competitivi e mantengono un elevato profilo tra i consumatori soprattutto nel settore moveable.

La distribuzione in Italia è differente rispetto agli altri paesi perché ci sono agenti di vendita dal primo punto di distribuzione per quasi tutti i prodotti packaged, raramente grossisti e dettaglianti hanno una copertura nazionale e così la presenza di agenti regionali permette di avere una copertura nazionale.

Gli agenti negoziano tra i produttori con i grossisti, dettaglianti, contraenti (appaltatori), installatori e anche con i consumatori finali.

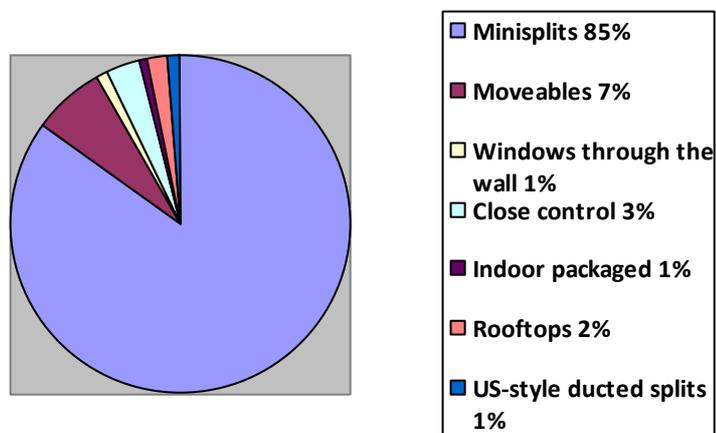
Il futuro potenzialmente sarà positivo nel mercato packaged, ma dipende comunque del recupero di stabilità dell'economia globale e dalla continuità di crescita del settore residenziale. BSRIA prevede che la crescita si potrà attestare tra il 6 e l'8% nei prossimi anni fino al 2010.

Figura 3 Panoramica del mercato packaged per tipo di prodotto, % volume 2004



Fonte: BSRIA

Figura 4 Panoramica del mercato packaged per tipo di prodotto, % valore 2004



Fonte: BSRIA

7.1 Grandezza, struttura e segmentazione del mercato

L'Italia ha sofferto delle stesse difficili condizioni economiche del resto dell'Europa negli anni dal 2002 al 2005, dovute soprattutto al declino del cambio rispetto alla borsa americana che ha causato una diminuzione degli investimenti.

Comprensibilmente i consumatori sono riluttanti a investire in un'economia in recupero e a farsi carico dei debiti che ne derivano.

Il 2003 per il mercato dei packaged air conditioning è stato un buon anno che ha spinto le vendite nel settore residenziale, soprattutto nel nord-est, un settore storicamente difficile da penetrare.

La scelta più popolare è quella delle unità small single split system principalmente vendute nel settore residenziale, ma le unità a pompa di calore stanno guadagnando lentamente terreno a causa della possibilità di accedere ad unità ad inversione che possono lavorare a temperature più basse e quindi hanno favorito installazioni anche nel nord del paese dove gli inverni sono molto freddi.

Le ristrette linee guida per ciò che riguarda il numero di unità condensanti installabili fuori degli edifici delle grandi città ha incoraggiato le vendite di sistemi multisplit, principalmente sistemi 2 in 1 che hanno fatto crescere le vendite del 70%.

I produttori di unità roof-top sono ottimisti riguardo agli anni a venire e sperano di convincere i consumatori finali sui reali benefici offerti da questo tipo di prodotto e quindi lo stanno spingendo con forza nel mercato.

Il mercato dei close control ha sofferto pesantemente delle sovra forniture di centri dati internet e questo surplus deve essere colmato da un incremento delle capacità internet prima che vi siano opportunità di crescita in questo mercato, anche se le nuove tecnologie ed in particolare le applicazioni domestiche a banda larga offrono la possibilità di colmare questo gap.

Grandezza mercato

Il mercato dei packaged (tabella 16) italiano è il più grande d'Europa, spinto principalmente da un enorme mercato dei minisplit che attualmente supera il milione di unità, il più vicino in termini di volume è quello spagnolo con 850 mila unità vendute nel 2004 e ad eccezione della Grecia è difficile trovare vendite che superino le 150 mila unità. Ciò rende il mercato italiano una forte attrattiva e ha incoraggiato più di 50 marchi ad entrare nel mercato rendendo molto feroce la competizione.

Un altro prodotto popolare in Italia sono le moveable units, le cui vendite nel 2004 superano di 3 volte quelle della Germania che è il mercato più grande dopo quello italiano.

Tutto ciò è dovuto ad una forte base manifatturiera in Italia che non solo permette di fare economie di scala ma aumenta il profilo dei prodotti riconosciuti come italiani, un fattore che influenza molto i consumatori. Per il resto del mercato packaged l'Italia è paragonabile agli altri mercati dell'ovest Europa.

Tabella 16 Volume del mercato packaged air conditioning (unità), 2003-2005(E)

	2003	2004	2005(E)
Windows/through the wall	10.000	10.000	10.000
Moveables	130.000	142.600	198.000
Minisplits	935.620	1.004.800	1.096.798
US-style ducted splits	2.900	3.000	3.000
Roof tops	1.980	2.100	2.200
Indoor packaged	6.400	6.500	6.600
Close control	8.000	7.000	7.220
Total	1.094.900	1.176.000	1.323.818

Fonte: BSRIA

7.2 Windows/through the wall

Le applicazioni per le unità a finestra si sono ridotte negli ultimi anni a causa della riduzione dei prezzi di prodotti più efficienti e meno rumorosi. Quindi le installazioni di queste unità avvengono esclusivamente per la sostituzione di apparecchi esistenti. Ciò impedisce una vera e propria crescita del mercato e siccome viene considerato un prodotto di seconda importanza l'innovazione di prodotto è lenta. Le vendite non superano i 10.000 pezzi all'anno.

7.3 Moveables

Il 2004 è stato un buon anno per i moveables in Italia (tabella 17), un caldo e umido giugno ha spinto i consumatori a scegliere prodotti air conditioning e i moveables sono risultati essere una prima scelta.

Storicamente i moveables hanno avuto dei picchi e delle depressioni in base alle stagioni ma si pensa che in futuro il caldo arriverà sempre prima e ciò è di buon auspicio per le future vendite di questo tipo di prodotto.

Tabella 17 Mercato dei moveables per grandezza, volume (unità), 2003-2005(E)

	2003	2004	2005(E)	% share (2004)
<3.5Kw	78.000	83.560	115.800	59%
3.51-5.0Kw	49.400	56.188	78.240	39%
>5.01Kw	2.600	2.852	3.960	2%
Total units	130.000	142.600	198.000	100%

Fonte: BSRIA

7.4 Minisplits

Il mercato italiano dei minisplit è il più grande d'Europa con più di 1 milione di unità vendute nel 2004 (tabella 18). Il settore più importante per il mercato dei minisplit è quello residenziale, infatti quasi 1 milione di unità vendute sono single split systems. Recentemente comunque sono aumentate le richieste di 2 in 1 multisplit systems che in termini di volume di vendite contano solo il 12% del mercato dei minisplits, similmente agli altri paesi del sud Europa.

I multisplit systems stanno diventando sempre più popolari in Italia a causa della continua erosione di prezzo e a causa delle restrizioni riguardo al numero di unità condensanti che si possono far vedere sulle facciate dei palazzi.

Le vendite di unità a pompa di calore sono aumentate grazie all'erosione di prezzo; Come conseguenza la differenza di prezzo tra heat pump e cooling only è diminuita sensibilmente.

Anche nel nord Italia comunque, dove gli inverni sono più freddi e le unità a pompa di calore da sole non possono garantire un sufficiente riscaldamento, i consumatori sono propensi ad investire nei multisplit systems.

Il mercato dei VRF (variable refrigerant flow) in Italia resta un piccolo mercato con vendite che avvengono principalmente nel settore degli hotel. La mancanza di investimenti in questo settore ha impedito la crescita del mercato.

Tabella 18 Mercato dei minisplit per volume (unità), 2003-2005(E)

	2003	2004	2005(E)
<5Kw	502.959	546.710	593.180
5.01-7.0Kw	297.485	318.448	342.331
>7.01Kw	135.176	139.642	161.287
Total	935.620	1.004.800	1.096.798
Single split	832.200	876.000	952.212
Conventional multisplit	100.000	125.000	140.625
VRF	3.420	3.800	3.961
Total	935.620	1.004.800	1.096.798
Cooling only	354.236	382.880	416.784
Heat pump	577.964	618.120	676.053
Resistance element	0	0	0
Heat recovery (VRF only)	3.420	3.800	3.961
Total	935.620	1.004.800	1.096.798

Fonte: BSRIA

7.5 Roof-top

Diversi produttori sono entrati in questo mercato negli ultimi anni e ne hanno incoraggiato la crescita, come risultato il mercato dei roof-top (tabella 19) sta diventando popolare a spese dei chiller nelle piccole applicazioni commerciali come i centri acquisti.

Sostanzialmente è uno dei pochi settori dove ci si aspetta una buona crescita.

Tabella 19 Mercato dei roof-top per grandezza, volume (unità), 2003-2005(E)

	2003	2004	2005(E)
<7Kw	40	42	44
7-10Kw	139	147	154
10.01-17.58Kw	238	252	264
17.59-50Kw	733	777	814
>51Kw	832	882	924
Total	1.980	2.100	2.200

Fonte: BSRIA

7.6 Indoor packaged (self-contained)

Nella maggior parte dei casi in Italia i sistemi raffreddati ad aria sono i più utilizzati per le unità indoor packaged (tabella 20) e quelli raffreddati ad acqua sono principalmente utilizzati per i sistemi a pompa di calore.

La più grossa fetta di mercato è composta da piccole unità sotto i 7 Kw di potenza, riflesso del fatto che sono utilizzate per le piccole applicazioni commerciali.

Tabella 20 Mercato indoor packaged analizzato per tipo, tipo di raffreddamento e per grandezza, volume (unità), 2003-2005(E)

	2003			2004			2005(E)		
	Cooling only	Heat pump	Total	Cooling only	Heat pump	Total	Cooling only	Heat pump	Total
Cooling:									
Air	4.345	104	4.449	4.413	105	4.518	4.481	107	4.588
Water	327	1.624	1.951	332	1.650	1.982	337	1.675	2.012
Total	4.672	1.728	6.400	4.745	1.755	6.500	4.818	1.782	6.600
Size:									
<7Kw	4.205	622	4.827	4.271	4.271	4.902	4.336	642	4.978
7-17Kw	187	657	844	190	190	857	193	677	870
17-50Kw	280	449	730	285	285	741	289	463	752
>50Kw	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	4.672	1.728	6.400	4.745	1.755	6.500	4.818	1.782	6.600

Fonte: BSRIA

7.7 Close control (condizionatori di precisione)

Negli anni recenti il mercato dei close control (tabella 21) è stato spinto dalle applicazioni internet e ciò ha portato ad una saturazione del mercato e ad una sovra fornitura per i centri dati internet. Attualmente è un mercato in fase di stagnazione che ha visto una riduzione della media delle capacità utilizzate in Kw.

Comunque le buone vendite fatte registrare nel 2002 e nel 2003 hanno portato notevoli vantaggi per le compagnie di telecomunicazione che hanno deciso di investire nelle nuove tecnologie, ma ora sono riluttanti ad investire nuovamente se non trovano risposta da parte dei consumatori.

Tabella 21 Mercato dei close control per applicazione, volume (unità), 2003-2005(E)

	2003	2004	2005(E)
Computer	1.200	1.050	1.083
Telecom	6.000	5.250	5.415
Other	800	700	722
Total	8.000	7.000	7.220

Fonte: BSRIA

7.8 Close control by size

Tutti i costruttori ci dicono che la maggioranza delle vendite riguardano le unità installate nelle cabine per le reti telefoniche mobili che necessitano di unità con capacità tra i 3 e i 15 Kw (tabella 22), da qui la riduzione della media delle capacità utilizzate.

Però per rimanere forte il mercato dovrà attendere e vedere se vi sarà il successo sperato delle nuove tecnologie come i 3G mobile phones e se questo creerà forte domanda.

I close control di grossa capacità vengono generalmente utilizzati per le grosse applicazioni di centri dati internet come le grosse centrali server di città e aziende, ma vi è già un surplus di forniture rispetto all' utilizzo che ne viene fatto.

La popolarità delle applicazioni internet a banda larga domestiche potrebbe colmare il disavanzo, ma è ancora un mercato insicuro.

Tabella 22 Mercato dei close control per grandezza, volume (unità), 2003-2005(E)

	2003	2004	2005(E)
<7Kw	2.160	2.100	1.949
7-10Kw	1.760	2.100	2.310
10-20Kw	2.640	1.750	2.166
>20Kw	1.440	1.050	795
Total	8.000	7.000	7.220

Fonte: BSRIA

7.9 Packaged air conditioners per tipo di refrigerante

L'R22 è ancora il refrigerante più usato nel mercato packaged italiano (tabella 23) ma l'R407C sta prendendo campo soprattutto negli split systems e nei close control.

Sebbene l'R407C sia l'unico ad avere un progresso nel mercato, le odierne necessità di efficienza e di diminuzione dei fattori inquinanti renderanno l'R410A il refrigerante preferito per il futuro. La consapevolezza da parte dei consumatori che vi è la necessità di incrementare l'efficienza energetica e le severe direttive dell'EU spingono verso l'utilizzo di refrigeranti alternativi.

Comunque vi è una certa riluttanza da parte degli installatori italiani a fare cambiamenti di refrigerante che possono aumentare il livello di criticità dei processi e come risultato spesso vengono importati dall'est Europa impianti a basso costo che usano ancora quelli tradizionali come l'R22 e l'R407C.

Tabella 23 Packaged air conditioning per tipo di refrigerante, percentuale di vendite per volume, 2004

	R22	R407C	R410A	Total
Moveables	80%	20%		100%
Window/through the wall	100%			100%
Single splits	80%	15%	5%	100%
Multi splits	30%	60%	10%	100%
VRF	30%	70%		100%
Roof tops	85%	15%		100%
Indoor packaged	80%	5%	15%	100%
Close control	15%	85%		100%

Fonte: BSRIA

8 Maggiori aziende

8.1 Panoramica

I marchi italiani mantengono una forte presenza nel mercato dei moveable (tabella 24), indoor packaged e close control e stanno iniziando ad incrementare la loro presenza nel mercato dei roof-top. Il mercato dei minisplit giapponesi tradizionalmente forte ha visto perdere quote di mercato grazie alla intensa competizione tra marchi coreani e italiani, la Daikin ha continuato ad estendere la propria parte di mercato diventandone leader a spese della Fujitsu Siemens e nel rango della piccole capacità la LG è diventata molto forte sfruttando le difficoltà di compagnie come la Panasonic.

Nel mercato delle windows/through the wall LG è diventata rapidamente leader grazie ad aggressive campagne di pubblicizzazione del marchio.

Poco è cambiato nel mercato moveable dove i marchi italiani restano forti con la De Longhi che possiede la più grossa fetta del mercato seguita da Olympia Splendid, Saeco e Carrier.

Tabella 24 Leader del mercato room air conditioning, per valore (ordine decrescente), 2004

	Windows/through the wall	Moveables
Market leaders	LG Carrier Aermec Ricagni	De Longhi Olympia Splendid Saeco Carrie/Delchi
Share	80%	60%
Other companies	-	Argo Ariagel

Fonte: BSRIA

8.2 Minisplits: tendenze chiave

I produttori giapponesi hanno avuto successo (tabella 25) perché hanno un forte e strutturato portfolio di beni durevoli quali Hi-Fi, TV e telefonini che danno al consumatore la sicurezza di un marchio conosciuto e rintracciabile che offre una grande varietà di prodotti. Produttori coreani come LG e Samsung sono anch' essi stati abili utilizzando tale strategia per ottenere un maggiore effetto sul mercato e guadagnarne una fetta considerevole, puntando su una forte pubblicità enfatizzando più il nome che il singolo prodotto.

L' eccezione è la Daikin che pur non avendo un grosso portfolio di prodotti ha dalla sua l' avere creato forte consapevolezza tra gli installatori, i consulenti e la fitta rete di agenti sparsi sul territorio. Questo perché offre un buon servizio post vendita e degli

standard qualitativi di eccellenza che la rendono la azienda leader nel mercato dei minisplits.

La Panasonic ha sofferto abbastanza a causa della riorganizzazione della propria rete distributiva nel tentativo di accrescere la consapevolezza del marchio da parte dei consumatori di prodotti a.c. ma non è stata in grado di capitalizzare come invece hanno fatto LG e Samsung che la hanno superata come volume di vendite.

Nonostante questi movimenti nel mercato le aziende leader coprono solo il 50% del mercato italiano perchè a differenza degli altri paesi europei vi è la forte presenza di produttori locali come Aermec e De Longhi che sono stati in grado di mantenere la propria fetta di mercato in mezzo ai marchi giapponesi.

Tabella 25 Leader del mercato dei minisplit per prodotto, per valore (ordine decrescente), 2004

	Single split			Multi split	VRF
	<5Kw	5-7Kw	>7Kw		
Major companies	Fujitsu Daikin Mitsubischi E. LG Samsung Panasonic Toshiba/Carrier	Daikin Fujitsu Mitsubischi E. LG Panasonic Toshiba/Carrier	Daikin Carrier Mitsubischi E Fujitsu Aermec	Daikin Mitsubischi E. Fujitsu Toshiba/Carrier LG Hitachi	Daikin Mitsubischi E Hitachi Sanyo Toshiba
Share	>45%	50%	55%	70%	95%
Other significant companies	Aermec Argo De Longhi Hitachi	Aermec De Longhi Hitachi Samsung Sanyo	Hitachi LG Panasoni Samsung	Aermec De Longhi Sanyo	MHI Fujitsu Panasonic

Fonte: BSRIA

8.3 Indoor packaged e roof-top: tendenze chiave

Per quanto riguarda i roof-top i produttori italiani cominciano ad avere una forte presenza (tabella 26) con ambiziose aspettative di crescita tramite una massiccia promozione.

La Carrier è ancora dominante ma Clivet e Climaveneta si aspettano di incrementare la loro penetrazione nei prossimi 3-5 anni. Invece per ciò che riguarda gli indoor poco è cambiato con una quasi esclusiva presenza di marchi americani, similmente per i close control le aziende dominanti rimangono le stesse, RC condizionatori e Uniflair, ma contano vendite anche se non significative anche AEA e Blue Box.

Tabella 26 Leader del mercato degli indoor packaged e dei roof top, per valore (ordine decrescente), 2004

	Roof top	Indoor packaged	
		Small consoles	Others
Major companies	Carrier Trane Clivet Climaveneta	Carrier Aermec	Carrier Aermec
Share	70%	60%	60%
Other significant companies	RC condizionatori Others	Others	Trane

Fonte: BSRIA

8.4 Close control: tendenze chiave

Tabella 27 Leader del mercato dei close control, per valore (ordine decrescente), 2004

	Telecoms	Other
Market leader	RC condizionatori Liebert-hiross Uniflair	RC condizionatori Liebert-hiross Uniflair
Share	85%	85%
Other significant companies	Technair Clima systems	Technair Clima systems

Fonte: BSRIA

9 Trend storici e previsioni

9.1 Trend storici

Il 1999 è stato l'anno peggiore per il mercato italiano (tabella 28) a causa di un'estate povera e degli incentivi del governo per sostituire auto vecchie con quelle nuove meno inquinanti e ciò ha distratto i consumatori dal settore a.c. non ritenendo fondamentale investire in questo tipo di mercato.

Tuttavia la riduzione dei prezzi nel 2000 e le migliori condizioni climatiche hanno dato una spinta fondamentale e il mercato è ripartito. La crescita del 2000 e 2001 ha incoraggiato i produttori portando alla saturazione delle forniture per coloro che sono attualmente presenti nel mercato italiano.

Questo aumento di domanda di prodotti a.c. e l'influsso dei fornitori ha fatto riprendere la corsa agli incentivi del governo che ha deciso di aiutare i cittadini a rimodernare le loro case in termini di efficienza. Ciò ha portato un cambiamento nelle scelte dei consumatori che sono ora sempre più favorevoli ad utilizzare ambienti climaticamente controllati.

Tabella 28 Tendenze storiche, packaged air conditioning, volume (unità), 1998-2004

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	CAGR
Window/through the wall	8.756	9.500	9.595	9.620	9.909	10.000	10.000	2.2%
Moveables	95.057	75.000	78.750	106.987	119.932	130.000	142.600	7.0%
Total room units	103.813	84.500	88.345	116.607	129.841	140.000	152.600	6.6%
Single split	285.127	201.300	227.325	491.669	588.658	832.200	876.000	20.6%
Multi split	27.426	23.696	26.826	67.198	80.638	100.000	125.000	28.8%
VRF	792	942	1.130	1.650	2.688	3.420	3.800	29.9%
Total splits	313.345	225.938	255.281	560.517	671.984	935.620	1.004.800	21.4%
US-style ducted split	2.716	2.800	3.200	3.380	3.465	2.900	3.000	1.7%
Roof top	6.570	6.885	7.023	1.400	1.300	1.980	2.100	-17.3%
Indoor packaged	6.172	6.295	6.541	6.805	7.614	6.400	6.500	0.9%
Total large packaged	12.742	13.180	13.564	8.205	8.914	8.380	8.600	-6.3%
Close control	20.200	28.400	38.000	46.000	55.000	8.000	7.000	-16.2%
Grand total	452.816	354.818	398.390	734.709	869.204	1.094.900	1.176.000	17.3%

Fonte: BSRIA

9.2 Previsioni

Il mercato italiano ha previsioni di crescita attorno al 9% ogni anno per gli anni che vanno dal 2003 al 2007 (tabella 29), spinto da un mercato di rinnovamento causato dal miglioramento delle condizioni economiche mondiali e dalla crescita del settore residenziale. Comunque la competizione è in crescita e la diminuzione di progetti per nuove costruzioni non può sostenere l'elevato numero di marchi presenti.

Le vendite di unità a finestra si presume che rimangano costanti sfruttando un mercato di rinnovamento di unità già esistenti. Le unità moveable potrebbero perdere parte del mercato una volta che i consumatori sposteranno la loro attenzione sugli split systems fissi. I sistemi multi split continueranno a crescere ad un tasso elevato quando diventeranno popolari tra i consumatori di a.c. più maturi.

Tabella 29 Previsioni mercato packaged per prodotto, volume (unità),2005-2009

	2005	2006	2007	2008	2009	CAGR
Window/through the wall	10.000	10.100	10.403	10.195	10.399	1.0%
Moveables	198.000	194.040	195.980	201.860	222.046	2.9%
Total room/self contained	208.000	204.040	206.383	212.055	232.445	2.8%
Split systems:						
<5Kw	593.180	605.469	620.161	635.292	650.882	2.3%
5.01-7.0Kw	342.332	365.566	374.437	383.573	392.685	3.5%
>7.01Kw	161.287	171.359	175.517	179.800	184.212	3.4%
Total mini-splits	1.096.798	1.142.394	1.170.115	1.198.665	1.228.079	2.9%
Split systems:						
<5Kw/RAC						
-cooling only	207.613	211.914	217.056	222.352	227.809	2.3%
-heat pump	385.567	393.555	403.105	412.940	423.073	2.3%
>5Kw/PAC						
-cooling only	211.519	225.509	230.981	236.617	242.423	3.5%
-heat pump	292.099	311.416	318.973	326.756	334.774	3.5%
Total mini-split	1.096.798	1.142.394	1.170.115	1.198.665	1.228.079	2.9%
Single-splits	952.212	990.300	1.010.106	1.030.309	1.050.915	2.5%
Multi-splits	140.625	147.656	155.039	162.791	170.931	5.0%
VRF	3.961	4.437	4.969	5.566	6.233	12.0%
Total mini-split	1.096.798	1.142.394	1.170.115	1.198.665	1.228.079	2.9%
Ducted split (US-style and large industrial)						
<17.58Kw	2.250	2.363	2.481	2.555	2.632	4.0%
>17.58Kw	780	796	804	812	828	1.5%
Total large ducted splits	3.030	3.158	3.284	3.367	3.460	3.4%
Roof tops	2.200	2.300	2.350	2.400	2.500	4.5%
Indoor packaged	6.600	6.700	6.800	6.900	7.000	1.5%
Total large packaged	8.800	9.000	9.150	9.300	9.500	1.9%
Close control	7.220	8.000	8.750	10.000	9.500	7.1%
Grand total	1.323.848	1.366.692	1.397.683	1.433.386	1.482.983	2.9%

Fonte: BSRIA

9.3 Importazioni

Nonostante la grande quantità di produzione che viene effettuata in Italia (tabella 30), le importazioni di prodotti packaged sono molto elevate specialmente nel mercato degli split systems a causa della natura competitiva del mercato. Per quanto riguarda i moveable invece le importazioni sono solo una piccola percentuale che si aggira intorno al 3% del totale impiegato, similmente accade per i close control.

Tabella 30 Commercio straniero packaged air conditioning, volume (unità), 2004

	A	B	C	D	E	F	G
	Home market	Imports	Imports as % of home market	Production ⁽¹⁾ A-B	Exports	Balance of trade ⁽¹⁾ E-B	Export as % of home production E/D
Window/through the wall	10.000	2.000	20%	28.000	20.000	18.000	71%
Moveables	142.600	4.278	3%	278.322	140.000	135.722	50%
Room/self contained units	152.600	6.278	4%	306.322	160.000	153.722	52%
Single split	876.000	788.400	90%	207.600	120.000	-688.400	58%
Multi split	125.000	112.500	90%	36.500	24.000	-88.500	66%
VRF	3.800	3.800	100%	0	0	-3.800	0%
Total splits	1.004.800	904.700	90%	244.100	144.000	-760.700	59%
US-style ducted splits	3.000	3.000	100%	0	0	-3.000	0%
Roof top	2.100	1.260	60%	990	150	-1.110	15%
Indoor packaged	6.500	2.600	40%	4.900	1.000	-1.600	20%
Close control	7.000	210	3%	26.790	20.000	19.790	75%
Grand total	1.176.000	918.048	78%	583.102	325.150	-592.898	56%

Fonte: BSRIA

9.4 Esportazioni

Le Esportazioni sono molto forti nel mercato packaged italiano anche per gli splits dove le importazioni dominano il mercato, grazie alla continuità della produzione locale e si può dire che circa il 60% della produzione viene esportato.

10 Distribuzione, prezzi e sconti

10.1 Distribuzione

Il mercato italiano è unico in termini di distribuzione perché i venditori esterni sono presenti dal primo passo di vendita per le unità air conditioning e sono poi gli agenti a vendere ai grossisti, agli imprenditori, agli installatori, ai negozianti e ai consumatori. Questi agenti lavorano su una commissione base e sono diversi in base al tipo di prodotto che trattano. Ad esempio le unità commerciali necessitano di agenti dedicati ai prodotti a.c. mentre alcuni si occupano di vendere nella catena distributiva dei dettaglianti elettrici o domestici.

10.2 Grossisti

I grossisti in Italia (tabella 31) raramente hanno una copertura nazionale ma alcuni riescono a coprire più di una regione. Ciò significa che le vendite avvengono regione per regione e generalmente vengono fatte direttamente all' installatore ma in alcuni casi i grossisti agiscono come installatori e ciò complica ulteriormente la ruota distributiva.

Grossisti e distributori comprano in stock dai produttori o fornitori ma sono ancora dipendenti da essi in quanto sono coinvolti in politiche di prezzo e di distribuzione che vengono considerate di importanza strategica dai produttori e quindi le vogliono controllare.

Gli agenti commerciali vendono principalmente agli installatori specialisti di a.c. e solo nel mercato dei close control gli agenti non sono l'unica fonte di distribuzione e

anzi controllano solo il 20-30% delle vendite. Il resto viene effettuato direttamente dai produttori che offrono un pacchetto completo più vantaggioso per gli acquirenti. Solo nei sistemi VRF a causa della complessità del sistema gli installatori specializzati mantengono la grossa parte del mercato e la considerano il business principale.

Tabella 31 Principali grossisti e associazioni di installatori presenti in Italia

Main wholesalers	City/town	Installer groups	City/town
Bozzola	Padua	COIMA	Varese
Manzardo	Bolzano	CITAB	Biella
Abbatista		CIICAI	Ravenna
Rocchi	Cesena	CIAF	Forli
Mondialfer	Udine	CILA	Rimini
Com.Raf.	Pescara	CICAI MARCHE	Ravenna
Edilfriuli	Guastalla	FINIDRA	Pesaro
Baltrani	Busto Arsizio	CAIAP	Parma
Centro Gamma	Ancona	GIP	Pistoia
Saccaria	Empoli	Others	

Fonte: BSRIA, basate su interviste a fornitori

10.3 Prezzi e sconti

I prodotti a.c. venduti al dettaglio offrono buoni margini a causa della moltitudine di fornitori che offrono prodotti simili.

Grossisti e dettaglianti chiedono quindi sconti sempre maggiori per offrire alla clientela prezzi sempre più competitivi, si possono avere quindi sconti che arrivano fino al 50-60%.

I produttori esercitano un forte controllo su questi prodotti che vengono venduti attraverso canali preferenziali in Italia, tipicamente unità a grossa capacità e gli sconti si aggirano tra il 20 e il 50% e dipendono dal prodotto e dal consumatore finale.

Questo permette ai produttori di avere maggiori margini e così di avere un ritorno maggiore sui propri prodotti.

Non c'è da stupirsi infatti che la maggior parte dei produttori intraprenda questa strada per assicurarsi un valore sul mercato per la maggior parte delle proprie vendite.

11 Conclusioni

Nonostante la stagnante crescita economica generale i prodotti air conditioning fanno registrare vendite che spesso superano le aspettative, quindi si può dire che in generale il mercato è in continua crescita, dovuta soprattutto alla continua innovazione dei sistemi elettronici e alla necessità di apparecchiature sempre più efficienti dal punto di vista del risparmio energetico.

Per quanto riguarda il comparto central plant, nonostante il calo delle vendite e degli investimenti su certi tipi di prodotti come i chiller e le air handling units, tale calo è compensato dall'aumento delle vendite dei close control che vengono sempre più utilizzati grazie alla forte penetrazione nel settore residenziale. Ci si aspettano comunque nuovi cambiamenti in futuro nel settore a causa della evoluzione molto rapida di questi prodotti che di anno in anno trovano nuove applicazioni e l'innovazione è rapida e continua.

Nel mercato packaged, le unità trasportabili sono il presente e il futuro del mercato sempre grazie alla alta penetrazione nel settore residenziale, il futuro promette bene ma la crescita economica globale e la maggiore accettazione nel settore residenziale sono le chiavi del successo di questo prodotto.

I multisplit systems sono le unità che riscuotono maggior successo grazie alla continua erosione di prezzo e grazie all'introduzione di nuovi sistemi che permettono migliori condizioni di utilizzo, infine la crescita dei close control non è previsto che si

arresti a causa dell'utilizzo sempre maggiore che viene fatto di grandi centri dati internet e allo sviluppo continuo del settore informatico che questi tipi di condizionatori vanno a servire.

