



Związek pracodawców AGD - APPLIA Polska to:



- Skuteczna i jedyna reprezentacja branży producentów AGD od 2004 roku w Polsce
- 35 firm członkowskich zatrudniających 32 tys. osób (większość w sektorze AGD) z łącznym przychodem 56 mld zł w 2022 r., w tym ok. 80% ze sprzedaży i produkcji AGD w Polsce
- Aktywny uczestnik dialogu społecznego z rządem, parlamentem, mediami i organizacjami pozarządowymi
- Moderator dialogu branżowego pomiędzy wszystkimi uczestnikami łańcucha dostaw, od producentów, po dostawców, serwisy i recyklerów, w tym wiele firm MŚP
- Organizator największych wydarzeń w branży (Kongres AGD, Kongres Serwisów AGD)
- Ekspert m.in. w kwestiach gospodarki obiegu zamkniętego i efektywności energetycznej
- Inicjator Kodeksów dobrych praktyk branży AGD
- Autor kampanii informacyjno-edukacyjnych: EtykietaEnergetyczna.pl, ZostanTechnikiemAGD.pl
- Centrum badań i analiz branży AGD w Polsce
- Reprezentacja branży w instytucjach standaryzacyjnych – przewodniczymy trzem komitetom w Polskim Komitecie Normalizacyjnym
- Założyciel oraz główny akcjonariusz ElektroEko S.A., największej organizacji odzysku elektroodpadów w Polsce
- Członek APPLIA Home Appliance Europe, Krajowej Izby Gospodarczej oraz konfederacji Pracodawcy Rzeczypospolitej Polskiej

Jesteśmy członkiem APPLIA Home Appliance Europe, organizacji, która reprezentuje całą branżę AGD w Unii Europejskiej. Stowarzyszenie powstało w roku 1958 i mieści się w Brukseli. Obecnie stowarzysza 26 krajowych organizacji branży oraz 25 europejskich koncernów AGD.

Konrad Pokutycki

Przewodniczący Rady Związku APPLIA
Polska, Prezes Zarządu BSH Sprzęt
Gospodarstwa Domowego Sp. z o.o.



W 2023 r. branża AGD udowodniła, że jest w dużym stopniu odporna na niesprzyjające warunki gospodarcze.

Biorąc pod uwagę globalny spadek popytu na dobra trwałe, możemy powiedzieć, że z sukcesem odpowiedzieliśmy na szereg wyzwań i osiągnęliśmy dobre wyniki. Przede wszystkim utrzymaliśmy wysoki poziom inwestycji. Każdego roku przemysł AGD w Polsce przeznacza na ten cel około 2 miliardy złotych. Inwestujemy nie tylko w rozwój produkcji. Polska jest jednym z wiodących rynków usług biznesowych opartych na wiedzy, a nasza branża współtworzy ten sektor. Rozwijamy obszary usług wspólnych oraz badań i rozwoju. To w Polsce rodzą się innowacje w AGD. Warto również dodać, że w tym wymagającym czasie podnosimy efektywność naszych firm, np. w zakresie zużycia energii. Szybko odpowiadamy też na zmieniające się potrzeby konsumentów. Polska jest atrakcyjnym krajem dla rozwoju branży AGD, a prezentowane w tym raporcie wyniki pozwalają nam z optymizmem patrzeć w przyszłość.

Wojciech Konecki

Prezes Zarządu APPLIA Polska



Nie jest łatwo pisać o trudnych czasach, a rok 2023

nie należał do najłatwiejszych. Czarne łabędzie nadciągnęły stadami, czyli musieliśmy się borykać z inflacją, opóźnionym dla branży efektem COVID-owym, wzmożoną ostrożnością zakupową detalistów, nowymi łańcuchami dostaw i lokalnym skutkiem wojny w Ukrainie. Polski przemysł AGD wysyła ok. 90% produkcji na eksport, więc boleśnie odczuliśmy skutki obniżonej konsumpcji w krajach Europy Zachodniej. Do tego nałożyła się utrata rynków wschodnich. Nie bez znaczenia była także wzmożona aktywność fabryk z Turcji i Dalekiego Wschodu, dla których rynek europejski jest również bardzo intratny. Pozostaje jednak optymizm wynikający z przeświadczenia, że „gorzej być nie może” oraz przewidywanego wzrostu popytu napędzanego KPO. Cieszy również większa koncentracja konsumentów na efektywnym energetycznie AGD.



PRZEMYSŁ AGD

Polski przemysł AGD to istotna gałąź krajowego przemysłu przetwórczego. Sektor tworzy łącznie ok. 40 firm, przy czym 10 największych z nich odpowiada za znaczną część zatrudnienia i produkcji sprzedanej.

W roku 2023 w Polsce wyprodukowano 26 mln szt. AGD. Przychody z produkcji osiągnęły ponad 26 mld zł. W ujęciu ilościowym nastąpił spadek o 11%. Wartość produkcji zmalała o ok. 3%. Oznacza to, że w naszym kraju powstało o 10 mln urządzeń AGD mniej niż w rekordowym pod względem wykorzystania mocy produkcyjnych roku 2021.

Polska to nadal lider w produkcji AGD w całej Europie. 35 polskich fabryk odpowiada za ok. 40% wielkości produkcji dużego AGD w całej Unii. Produkcja dużego AGD z Polski konkuruje coraz częściej jednak z importem, którego udziały w poszczególnych unijnych rynkach systematycznie wzrastają.

Pomimo drugiego bardzo trudnego roku, przemysł AGD dokonuje w Polsce rekordowych inwestycji w rozwój nowoczesnych linii produkcyjnych, cyfryzację i automatyzację procesów produkcyjnych, globalne i regionalne centra B+R, centra biznesowe, zakupowe oraz informatyczne. W roku 2023 firmy AGD zainwestowały ponad 2 mld zł. To poziom porównywalny w rokiem 2022. W ciągu ostatnich sześciu lat przemysł zainwestował łącznie blisko 10 mld zł. Ponad 90% wartości inwestycji przypada na 4 największych producentów – BSH, Electrolux, Whirlpool oraz Samsung.

40% UDZIAŁ
POLSKIEJ
PRODUKCJI
AGD W UE

Amica
SAMSUNG

• Wronki

B/S/H/
elica
Electrolux
LG
Whirlpool
SOLGAZ

35
fabryk

• Wrocław

Electrolux

• Zabrze



Lodówki



Sprzęt do gotowania



Pralki



Okapy



Suszarki do ubrań



Pompy ciepła



Małe AGD



Klimatyzatory



Zmywarki

PROCENTOWY UDZIAŁ W ILOŚCIOWEJ PRODUKCJI W UE



Pralki i suszarki do ubrań: **60%**



Zmywarki: **59%**



Kuchnie i piekarniki: **40%**



Lodówki: **30%**



Białystok •

BiazeT



• Łódź



B/S/H/



Whirlpool

• Radomsko

DAIKIN



• Siewierz

Rzeszów •

Whirlpool



• Sanok

Electrolux



B/S/H/



CIARKO



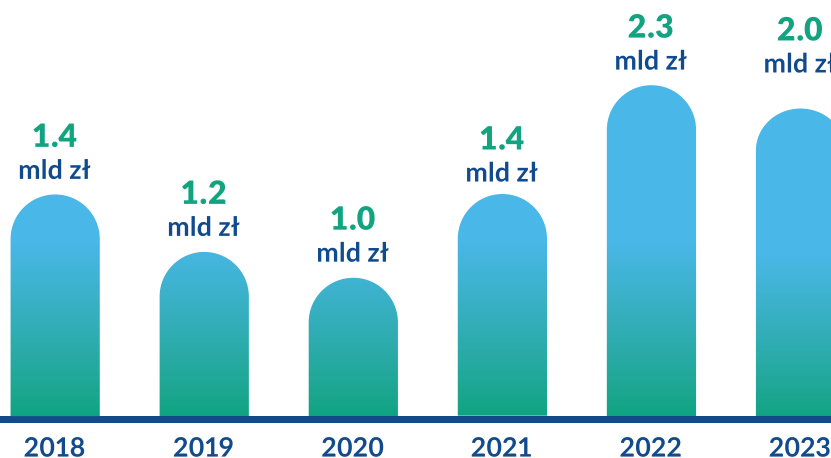
Robert Stobiński

Wiceprezes Zarządu Amica S.A.



Po niezwykle wymagającym dla branży AGD roku 2022, charakteryzującym się problemami z dostępnością komponentów czy wzrastającymi kosztami produkcji i logistyki, podobnie jak pozostali producenci w Polsce, planując rok 2023 byliśmy mimo wszystko optymistami. Niestety rzeczywistość negatywnie zweryfikowała nasze przewidywania. Rynek nadal notował spadek sprzedaży, co znalazło odzwierciedlenie w redukcji wolumenu produkcji. Aby zneutralizować negatywny wpływ na wynik finansowy spółki, skupiliśmy się więc na optymalizacji łańcucha dostaw – zaczynając od planowania, poprzez zakupy komponentów i produkcję, a na logistyce dostaw do klientów kończąc. Dodatkowo optymalizowaliśmy portfel oferowanych przez Grupę Amica produktów, a także kontynuowaliśmy inwestycje związane z naszą strategią ESG. W efekcie zrealizowane wyniki są wyższe niż w 2022, a długoterminowe rezultaty przeprowadzonych działań stanowią solidną bazę do kontynuowania wzrostu w roku 2024.

Inwestycje przemysłu AGD w Polsce w latach 2018-2023



ZATRUDNIENIE

Branża AGD zatrudnia w Polsce bezpośrednio około 35 tys. osób. Większość zatrudnionych pracuje w fabrykach, gdzie poziom zatrudnienia utrzymał się na poziomie zbliżonym do roku poprzedniego tj. 30 tys. osób. Około 15% tej liczby to pracownicy tymczasowi, którzy z uwagi na znaczną sezonowość produkcji AGD świadczą pracę w wybranych porach roku.

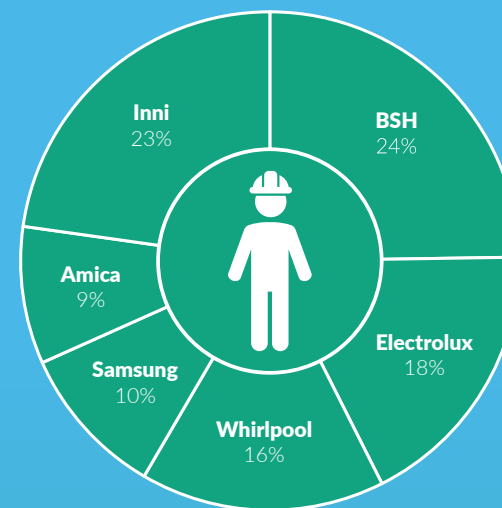
Dodatkowe 5 tys. osób pracuje w firmach nieposiadających fabryk w Polsce, które importują AGD do naszego kraju z lub spoza UE. To także pracownicy regionalnych działów handlowych oraz globalnych centrali usług wspólnych.

Według szacunków Związku producentów AGD APPLIA, sektor AGD generuje zatrudnienie na poziomie 110 tys. osób. Liczba ta uwzględnia poddostawców materiałów oraz usług skupionych wokół całego łańcucha życia produktu, w tym sprzedawców oraz techników napraw AGD.

Najwięksi pracodawcy w przemyśle AGD to BSH Sprzęt Gospodarstwa Domowego Sp. z o.o., Electrolux Poland Sp. z o.o., Whirlpool S.A., Samsung Electronics Poland Manufacturing Sp. z o.o. oraz Amica S.A. Firmy te zatrudniają 77% osób pracujących w AGD (przemysł i import) oraz odpowiadają za 80% przychodów wszystkich producentów oraz importerów AGD. Łączne przychody największych producentów, dostawców i importerów z produkcji oraz sprzedaży AGD w Polsce i za granicą wyniosły około 44 mld zł w 2023 roku.

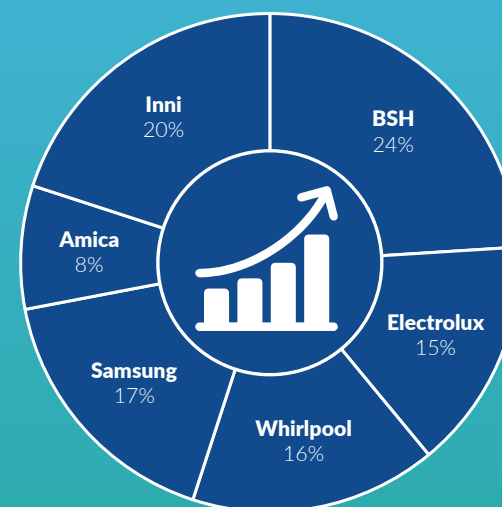
ZATRUDNIENIE

2023 R.



PRZYCHODY

2022 R. PRODUKCJA ORAZ IMPORT



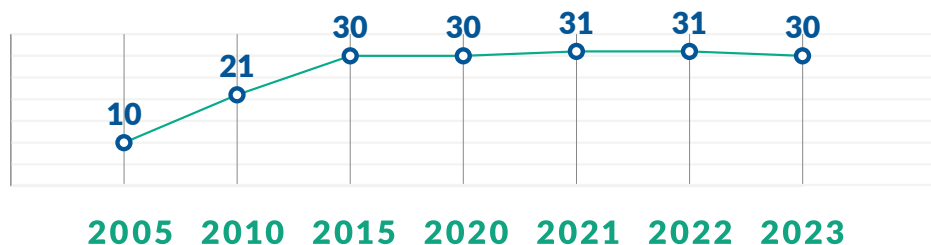
W sektorze produkcji elektrycznego sprzętu gospodarstwa domowego działa w Polsce ok. 40 firm zatrudniających 50 i więcej osób.

Przemysł AGD stanowi 1/3 jednego z największych sektorów w przetwórstwie przemysłowym pod względem przychodów (Dział nr 27 Produkcja urządzeń elektrycznych według Polskiej Klasyfikacji Działalności, PKD). Podobny udział ma zastosowanie w przypadku wielkości zatrudnienia.

Przeciętne wynagrodzenie w przemyśle to ponad 7 tys. zł. brutto. Stawka ta wzrosła w ciągu ostatnich 4 lat o 35%. Wartość wynagrodzeń przemysłu AGD przekracza 2,5 mld zł (14 największych producentów).

Pracownicy polskich centrów B+R biorą czynny udział w projektowaniu urządzeń, ale także w tworzeniu międzynarodowych norm jakościowych i bezpieczeństwa. Inżynierowie z naszego kraju uczestniczą w pracach europejskich i światowych organizacji zajmujących się standardami technicznymi urządzeń (CENELEC oraz IEC), w których reprezentują całą europejską branżę.

ZATRUDNIENIE W PRZEMYŚLE AGD W POLSCE W LATACH 2005-2023 (TYS. OS.)



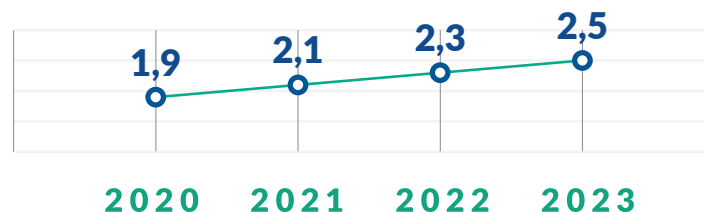
Francesco Celentano

Prezes Whirlpool Company Polska



Rok 2023 był bardzo wymagający dla polskiej produkcji sprzętu AGD. Wszystkie trzy nasze polskie strefy produkcyjne, obejmujące łącznie 7 fabryk, również stoją przed tymi wyzwaniami. Należy pamiętać, że Polska jest największym producentem sprzętu AGD w Europie, a zdecydowana większość urządzeń pochodzących stąd jest eksportowana. Spadki produkcji są zatem bezpośrednio związane ze zmniejszonym popytem na rynkach europejskich. Najważniejszym wyzwaniem było utrzymanie wysokiej wydajności pomimo zmniejszonej bazy produkcyjnej. Do tej pory odnieśliśmy sukces i co bardzo ważne, utrzymaliśmy zatrudnienie na poprzednich poziomach. To pokazuje dojrzałość naszej branży, a także profesjonalizm naszych pracowników, którzy jako pierwsi dokonali niemal cudów podczas pandemii koronawirusa, a teraz są w stanie poradzić sobie ze znacznie trudniejszymi realiami biznesowymi niż w przeszłości. Istnieją pewne sygnały poprawy w ostatnich miesiącach, kiedy produkcja nieznacznie wzrosła. Niech to będzie dobra prognoza na cały rok 2024.

WYDATKI NA WYNAGRODZENIA W PRZEMYŚLE AGD W POLSCE W LATACH 2020-2023 (MLD ZŁ)



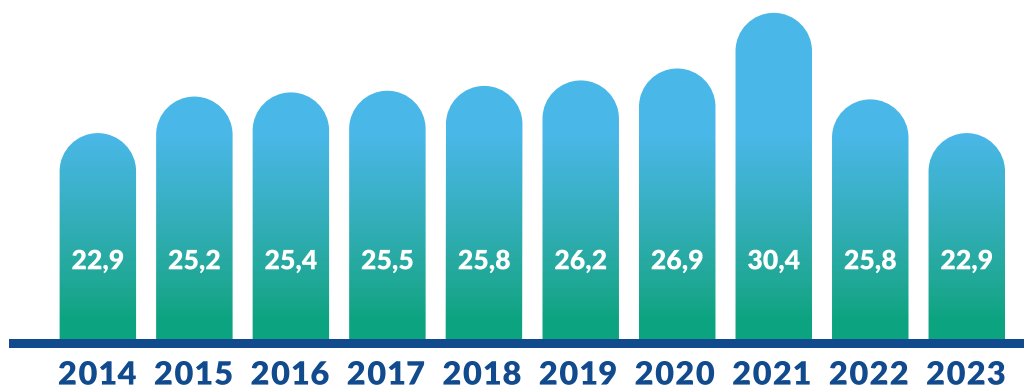
PRODUKCJA

Ogółem w ubiegłym roku wytworzono 26 mln sztuk AGD. Wartość sprzedana produkcji to ok. 26 mld zł. Zdecydowana większość wolumenu przypada na duże AGD - 22,9 mln szt. Produkcja w polskich fabrykach tego sprzętu zmalała aż o 11%. W sztukach to spadek o 2,9 mln egzemplarzy. Wartość produkcji dużego AGD osiągnęła 24,9 mld zł, co daje roczny spadek o ok. 3%. Załamanie to sprawiło, że w 2023 r. wolumen wytworzonego AGD spadł do poziomu z roku 2014. Warto dodać, że moce polskich fabryk były wówczas znacznie niższe niż obecnie. W małym AGD w Polsce produkowane są tylko trzy kategorie sprzętu: odkurzacze, ekspresy do kawy oraz miksery. Wartość tej produkcji osiągnęła w 2023 ok 1,1 mld zł. Ilościowo to 3,1 mln urządzeń, z czego 2/3 to ekspresy do kawy.

Z uwzględnieniem produkcji części AGD wartość produkcji sprzedanej przemysłu w roku 2023 to około 27,7 mld zł.

Ilościowo i wartościowo nadal największą grupę w produkcji stanowią pralki – odpowiednio 26% wolumenu sprzętu wielkogabarytowego oraz 27% wartości całej produkcji AGD w naszym kraju. Dwie kolejne kategorie to zmywarki oraz lodówki.

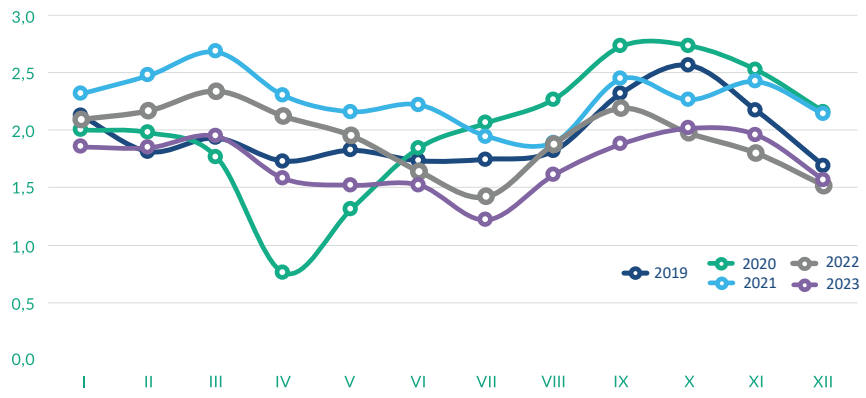
PRODUKCJA DUŻEGO AGD W POLSCE (MLN SZT.)



PRODUKCJA AGD W 2023 R.

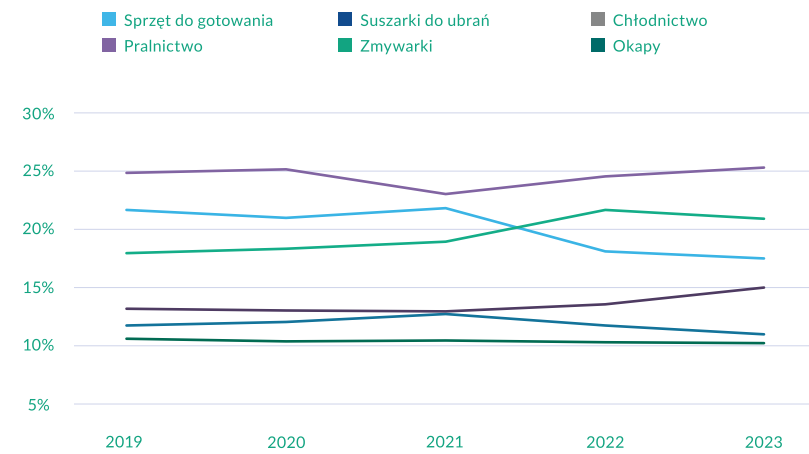
2023	Mln szt.	Mld zł
PRALKI	5,8	6,9
KUCHNIE, PIEKARNIKI, PŁYTY	4,0	3,0
ZMYWARKI	4,8	5,3
CHŁODZIARKI	3,4	5,6
SUSZARKI DO UBRAŃ	2,5	3,1
OKAPY	2,3	0,9
MAŁE AGD	3,1	1,1
CZĘŚCI	---	1,7
TOTAL	25,9	27,7

PRODUKCJA DUŻEGO AGD W POLSCE, MLN SZT.

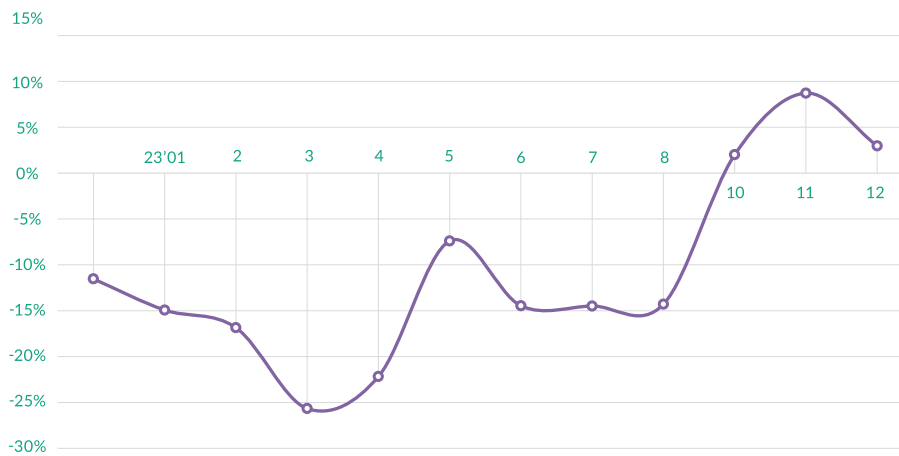


-11%
FY 23 r/r

UDZIAŁY GRUP DUŻEGO AGD W PRODUKCJI - SZT.

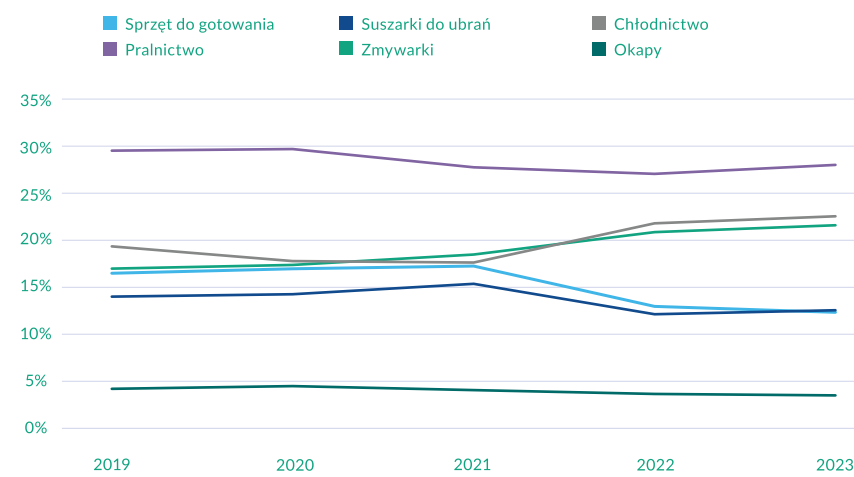


DYNAMIKA PRODUKCJI, SZT., R/R



-11%
FY 23 r/r

UDZIAŁY GRUP DUŻEGO AGD W PRODUKCJI - PLN



EKSPORT / IMPORT

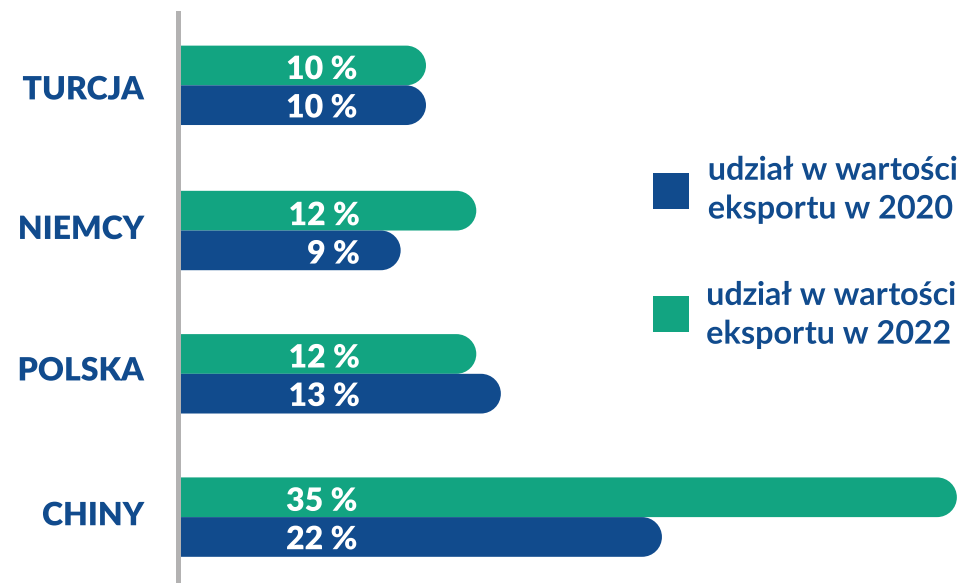
W ślad za spadkiem produkcji w 2023 r. odnotowano mocny spadek w eksporcie polskiego AGD. Wartość eksportu dużego AGD wraz z okapami z Polski wyniosła ok. 23,5 mld zł w roku 2023 i była o 13% niższa niż w roku poprzednim. W ujęciu ilościowym z Polski wyeksportowano 21 mln sztuk dużego AGD (-13% r/r).

Około 90% wolumenu polskiej produkcji dużego sprzętu trafia na eksport. Ponad połowa polskiego eksportu jest wysyłana na cztery największe rynki europejskie (Niemcy, Francja, Wielka Brytania, Włochy).

Wartościowo import do Polski w roku 2023 utrzymał się na podobnym poziomie, czyli ok. 3,3 mld EUR. Większość to małe AGD (2,2 mld EUR), a 1,1 mld EUR to duże AGD wraz z okapami. Ubiegły rok to kolejne umocnienie importu z Chin do Polski w dużym AGD – udział tego kraju w imporcie wzrósł z 27% w roku 2019 do 39% w roku 2023 (ilościowo). W przypadku pralek i chłodziarek to już ok. 45% w całym imporcie tych kategorii (odpowiednio 560 i 740 tys. szt.). Drugi kraj o istotnym udziale w imporcie to Turcja (13%). Kolejne kraje to Niemcy i Włochy. Co ciekawe, udział Chin w imporcie dużego AGD zrównał się z udziałami w imporcie małego AGD (41%). W tym ostatnim segmencie największy wzrost odnotowano z kierunku Indonezji - udział na poziomie 15%.

Polska jest drugim na świecie największym eksporterem dużego AGD (wg danych za 2022 r.). Pozycja z roku 2021 została więc utrzymana, jednak udziały produktów z Polski w wartości światowego eksportu spadły z 14% do 12%. Numerem jeden są Chiny z udziałem ok. 35%. Na trzecim miejscu są Niemcy, a na czwartym Turcja. Uwzględniając spadki w krajowej produkcji należy się spodziewać, że w 2023 roku Polska przesunie się na trzecią lub czwartą pozycję, czyli za Turcję i Niemcy. W podziale na produkty dużego AGD, Polska jest największym na świecie eksporterem suszarek do ubrań (31%) oraz zmywarek do naczyń (24%). W pralnictwie ustępujemy tylko Chinom. Wartość światowego eksportu spadła w 2022 r. o 7% do 39 mld USD.

ŚWIATOWY EKSPORT DUŻEGO AGD



POLSKI EKSPORT NA ŚWIECIE



31 %

Suszarki do ubrań - nr 1



24 %

Zmywarki - nr 1



18 %

Pralki - nr 2

EKSPORT / IMPORT DUŻEGO AGD Z ORAZ DO POLSKI (WARTOŚĆ - PLN)



Chiny

■ udział w eksporcie
w 2023

■ udział w imporcie
w 2023

■ zmiana w porównaniu
do roku 2022



Korea



Malezja



RYNEK AGD

Niektórzy byli zaskoczeni pewnymi trendami rynkowymi, jednak dla większości specjalistów spadek popytu był do przewidzenia. Po okresie COVID-owej prosperity, kiedy to konsumpcja napędzana była zakupami osób rezygnujących z wyjazdów wakacyjnych lub wyjścia do kina, przyszedł czas korekty.

Zaskakująca była jednak jej głębokość, gdzie w niektórych segmentach obserwowaliśmy spadek poniżej poziomu 2019 roku, co było już trudne do wytłumaczenia. Najmniej ucierpiały tradycyjne segmenty lodówek i pralek, a większe spadki dotknęły „gwiazd” ostatnich lat jak suszarki, ekspresy ciśnieniowe czy nawet zmywarki.

Ci, którzy myśleli, że rynek będzie coraz bardziej zdominowany przez e-commerce, a w szczególności wielkie międzykontynentalne platformy sprzedaży zapewne trochę się przeliczyli, ponieważ trend wzrostowy jest w pewnym stopniu utrzymany, jednak jego dynamika jest o wiele mniejsza niż się spodziewano.

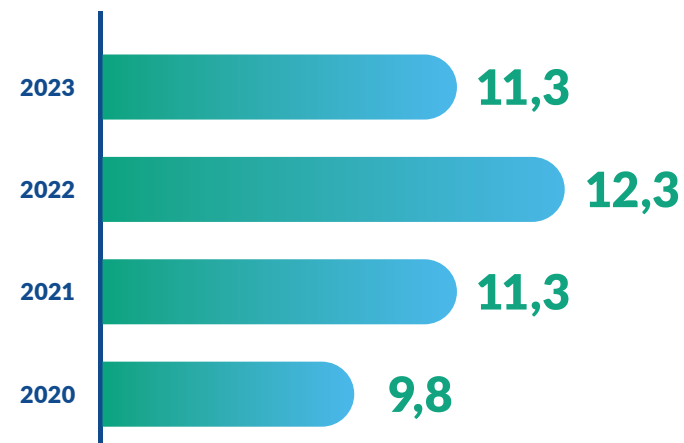
Nadal utrzymuje się tradycyjny model sprzedaży stacjonarnej oferujący sprzedaż mieszaną, typu omnichannel, choć i on doświadcza w ostatnich miesiącach pewnych turbulencji. To z kolei mnoży obawy o zbytnią koncentrację rynku.

W najbliższej przyszłości leczyć będziemy rany po poprzednich latach ciesząc się wzrostami wynikającymi chociażby z niskiej poprzedniej bazy. Pod koniec roku mogą zacząć być odczuwalne pozytywne skutki napływu środków z KPO. Branża dużego AGD liczy także na systemowe wsparcie wyrobów efektywnych energetycznie, których na rynku ciągle przybywa. Rządowe wsparcie dla konsumentów kupujących sprzęt najwyższej klasy przyczyniłoby się do poprawy sytuacji gospodarstw domowych, przemysłu, dystrybucji, a przede wszystkim środowiska. Branża małego AGD wykazuje się niesamowitą kreatywnością i szybkością dostosowywania się do potrzeb rynkowych. Po odpowiedzi na popyt smakośzy kawy, te lata należą do produktów ze sfery *personal beauty and care*.

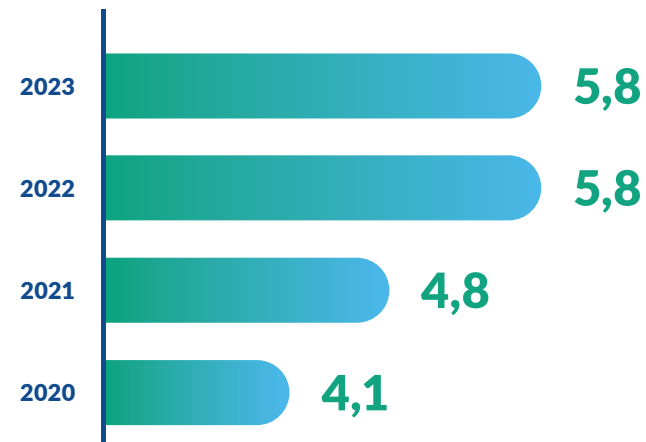
Według szacunków APPLIA, konsumenci w Polsce w 2023 roku wydali na AGD ok. 17,1 mld zł (kwoty z podatkiem VAT), o 6% mniej niż w roku ubiegłym.

WYDATKI KONSUMENTÓW NA AGD (MLD ZŁ BRUTTO)

DUŻE AGD



MAŁE AGD



DYSTRYBUCJA

NAJWIĘKSI DYSTRYBUTORZY W POLSCE

	PRZYCHODY (MLD ZŁ)	ZATRUDNIENIE (OSÓB)	ILOŚĆ SKLEPÓW
MEDIA EXPERT (TERG S.A.)	15,4 (za okres IV'22-III'23)	11 160	571
EURO-RTV-AGD (EURO-NET SP. Z O.O.)	11,4 (za okres I-XII'22)	7 159	327
MEDIA MARKT (MEDIA-SATURN HOLDING SP. Z O.O.)	4,6* (za okres X'22-IX'23)	2 958	80
NEONET (NEONET S.A.)	2,8 (za okres IV'22-III'23)	2 517	300*
MAX ELECTRO, MAX KUCHNIE (GT GROUP TOMASZEK SP. Z O.O.)	1,4 (za okres I-XII'22)	128	731
RAZEM	35,5	23 922	2009

Przeważająca większość sprzedaży AGD do klienta (tzw. sell-out) w Polsce dokonywana jest przez pięciu największych dystrybutorów, posiadających ponad 2 tys. sklepów oraz zatrudniających 24 tys. osób.

Według oficjalnych sprawozdań firmy te osiągnęły w roku 2022 przychód na poziomie 35,5 mld zł. Asortyment wielu firm wykracza poza AGD i RTV dlatego trudno oszacować wartość sprzedaży samego AGD w tych firmach.

Wymienione sieci poza sprzedażą produktów sprzedają także liczne usługi, których wartość przekracza już 10% ich przychodów.

Źródło: Krajowy Rejestr Sądowy; *szacunki APPLIA

SPRZEDAŻ DUŻE AGD

Rok 2023 był drugim rokiem spadków w dynamice sprzedaży hurtowej i detalicznej dużego AGD. Ta pierwsza, tzw. sell-out, czyli sprzedaż producentów i importerów do dystrybucji, zanotowała spadek o 13% w ujęciu ilościowym w porównaniu do roku 2022. Nominalne 6,3 mln szt. to wynik zbliżony do roku 2019. Porównując te dane z rekordowym rokiem 2021 mamy od czynienia ze zmniejszeniem ilości sprzedaży wielkogabarytowego sprzętu o 1,4 mln szt. Z kolei rynek sell-out wartościowo skurczył się w ubiegłym roku o 7% i wyniósł ok. 9 mld zł netto. Warto nadmienić, że ostatni spadek wartości tego rynku miał miejsce w roku 2005.

Spośród całego asortymentu swój udział umocniła największa kategoria produktowa, czyli urządzenia chłodnicze - 22% (szt.) i 27% (wart.). Najpopularniejsze z lodówek, czyli tzw. *no frost* z zamrażalnikiem na dole odnotowały spadek sprzedaży o 5%, jednak stanowią wciąż 70% wszystkich sprzedawanych lodówek w Polsce (wartościowo i ilościowo). Drugą największą kategorią w AGD jest pralnictwo - 21% udziału w wolumenie. Połowa z tego przypada na pralki ładowane od frontu o szerokości 60 cm.

Sprzedaż w sztukach całego pralnictwa zmalała w ub. roku o 6%. Z kolei pralki wąskie to jedna z pięciu podkategorii w całym dużym AGD, która zanotowała wzrost sprzedaży (+25%). Pozostałe to raczej niszowe kategorie, czyli lodówki jednodrzwiowe (+6%), lodówki z zamrażalnikiem na górze (+9%), statyczne lodówki z zamrażalnikiem na górze (+5%) oraz kuchenki gazowe (+7%).

Udział sprzętu do zabudowy meblowej stanowi 39% wolumenu dużego AGD.



Michał Grześliński

Country Director - Poland & Baltics, Beko



Rynek dużego AGD w 2023 r. przyniósł wiele niepewności i pokazał, że po wielu latach wzrostów i dobrej koniunktury w naszej branży, nastąpiła bolesna korekta. Mogliśmy zatem zauważyć spadek w rynku zarówno w ujęciu ilościowym, jak i wartościowym we wszystkich grupach produktowych. Ponadto mieliśmy też takie segmenty produktów, gdzie spadki były bardziej zdecydowane, nawet dwucyfrowe, co dla wielu uczestników rynku mogło być zaskoczeniem. Warto dodać, że sytuacja rynkowa w 2024 r. wciąż jest i będzie bardzo wymagająca zarówno dla producentów, jak i wszystkich partnerów rynkowych, co wynika także z presji czynników makroekonomicznych. Będzie to wymagało większej gotowości do zmian, współpracy i zaangażowania w rozwój rynku AGD ze wszystkich stron.

SPRZEDAŻ DUŻEGO AGD W POLSCE - MLN SZT.

 LODÓWKI	1,36	 PŁYTY KUCZENNE	0,71
 PRALKI	1,31	 KUCHNIE MIKROFALOWE	0,52
 KUCHNIE I PIEKARNIKI	0,95	 OKAPY	0,31
 ZMYWARKI	0,85	 SUSZARKI DO UBRAŃ	0,24
		RAZEM	6,26

Jakub Gawroński

Dyrektor Generalny De'Longhi
na Europę Środkowo-Wschodnią



Rok 2023 to dla całej branży AGD dziwny rok, w którym rozmaite znaki na niebie i ziemi zwiastowały jakoweś kłęski i nadzwyczajne zdarzenia.

Konsumencko, rynek AGD przeżywał spory kryzys, wraz ze spowolnieniem na rynku nieruchomości, inflacją, pogorszeniem się nastrojów konsumenckich. W naszej części biznesu - małym AGD - po słabym początku roku, dostrzegamy pewne zwiastuny poprawy koniunktury konsumenckiej.

Jeśli chodzi o naszych Dystrybutorów/Klientów, to rok 2023 również pełen był zmian i zawirowań. Wysokie stany magazynowe z końca roku 2022 oraz wzrost kosztów zewnętrznego finansowania negatywnie wpłynęły na płynność klientów.

Jestem optymistycznie nastawiony do roku 2024. Wierzę, że poprawa nastrojów konsumenckich przyczyni się do wzrostu konsumpcji, do którego w średnim okresie dołączy wzrost inwestycji, co doprowadzi do zdynamizowania wzrostu gospodarczego.

SPRZEDAŻ MAŁE AGD

Rynek małego AGD zmalał wartościowo w roku 2023 o ok. 2%. Według szacunków APPLIA stanowi on ok. 4,6 mld zł netto.

Największa kategoria w małym AGD, czyli ekspresy do kawy to rynek na poziomie 1,3 mld zł. W porównaniu do roku 2022 to spadek wartości o ok. 10%. W Polsce w ubiegłym roku sprzedało się 550 tys. sztuk tego sprzętu (-18% r/r). Drugą kategorią z rynkiem powyżej 1 mld zł są odkurzacze. Wartość ich sprzedaży zmalała o 1%. Odkurzacze bateryjne to 1/3 wszystkich odkurzaczy oraz ponad połowa wartości sprzedaży tego sprzętu.

Kategoriemi z największym wzrostem ilościowym były podobnie jak w ubiegłym roku czajniki oraz tostery.


SPRZEDAŻ MAŁEGO AGD W POLSCE (UDZIAŁY, WARTOŚĆ)

 EKSPRESY
DO KAWY 29 %

 ODKURZACZE 22 %

 HAIR & BEAUTY 15 %

 ROBOTY
KUCHENNE
I BLENDERY 12 %

 OPIEKACZE, GRILE,
FRYTOWNICE,
TOSTERY 6 %

 PRASOWANIE 5 %

 CZAJNIKI 4 %

 OCZYSZCZACZE
POWIETRZA 1 %

 SZCZOTECZKI
DO ZĘBÓW 3 %

 INNE 4 %

Rynek sprzedaży HVAC

W sektorze HVAC (heating, ventilation, air conditioning) po fantastycznym dla pomp ciepła i klimatyzacji 2022 roku obserwowaliśmy kilkudziesięcioprocentowe załamanie spowodowane głównie redukcją rządowego wsparcia z programu „Czyste Powietrze”. W całym 2023 roku złożono 218 tys. wniosków o dofinansowanie instalacji pompy ciepła. Łącznie to 34% wszystkich złożonych wniosków. Pozostałe wnioski dotyczyły w większości montażu kotłów na paliwo stałe lub gaz.

Zdecydowana większość urządzeń HVAC pochodzi z importu. W ub. roku do Polski sprowadzono klimatyzatory na kwotę 2,2 mld zł (-2% r/r), w tym klimatyzatory typu split o wartości 1,1 mld zł. Wartość importu podgrzewaczy wody wyniosła blisko 512 mln zł (-9% r/r). Import kolejnej kategorii - pomp ciepła - osiągnął wartość prawie 1,5 mld zł (-4% r/r). Główny importer pomp ciepła do Polski, czyli Chiny (udział w imporcie 23%) odnotował spadek wartości o 16%. Drugim krajem są Niemcy z udziałem 20% w imporcie. Kolejne trzy kraje - Szwecja, Francja i Włochy - mają po ok. 10% udziału w imporcie. Eksport pomp ciepła osiągnął w 2023 roku 1 mld zł i był dwukrotnie większy niż w roku poprzednim. Jest to efekt ostatnich inwestycji branży HVAC w Polsce. Prawie 70% eksportu (147 mln EUR) trafiło do Niemiec.

Tomasz Dobryniewski

Dyrektor Zarządzający Daikin
Airconditioning Poland Sp. z o.o.



Jako wiodący producent z rynku HVAC, w przeciągu ostatnich 3 lat zaobserwowaliśmy dynamiczne zmiany, od nagłego zainteresowania do drastycznego obniżenia popytu. Dotyczyły one głównie produktów konsumenckich tj. pomp ciepła i oczyszczaczy powietrza, co mocno wpłynęło na naszą branżę. Natomiast w zakresie rozwiązań komercyjnych, np. systemów freonowych, agregatów wody lodowej czy segmentu chłodnictwa rynek zachowuje się dość stabilnie. Kierując się prognozami oraz zmianami legislacyjnymi, uważam, że profesjonalne rozwiązania do obiektów komercyjnych i przemysłowych będą wykazywały się tendencjami wzrostowymi, a pompy ciepła staną się głównym źródłem grzania już nie tylko w obiektach rezydencyjnych. Będzie to ogromne wyzwanie dla całej branży i mamy nadzieję, że pozytywnie wpłynie na jej rozwój.

IMPORT HVAC DO POLSKI (MLN ZŁ)

	2020	2021	2022	2023
POMPY CIEPŁA	460	696	1533	1472
KLIMATYZATORY	1392	1497	2773	2226
PODGRZEWACZE WODY	307	434	565	512

SMART HOME i konsumenci

Rynek inteligentnych urządzeń domowych obejmuje połączone wersje wszystkich rodzajów urządzeń gospodarstwa domowego. Obejmuje to zarówno duże urządzenia (lodówki, pralki, piekarniki itp.), jak i małe urządzenia (kuchenki mikrofalowe, ekspresy do kawy, roboty odkurzacze i koszące itp.), pod warunkiem, że są one podłączone do Internetu. Możliwe jest również pośrednie połączenie za pośrednictwem sieci lokalnej, o ile zapewniony jest zdalny dostęp i sterowanie odpowiednimi urządzeniami za pośrednictwem połączenia.

AGD coraz częściej są już inteligentnymi urządzeniami (Smart Appliances), które pozwalają m.in. na zdalne zarządzanie użytkowaniem, zamawianie zakupów czy weryfikowanie awarii. Na popularności zyskuje również zastosowanie w nich algorytmów sztucznej inteligencji, które np. rozpoznają rodzaj dań umieszczanych w piekarniku.

Polska doświadcza rosnącego popytu na inteligentne urządzenia, napędzanego zwiększającym się naciskiem na efektywność energetyczną i automatyzację w gospodarstwach domowych. Ekspert szacują, że w 2024 r. rynek inteligentnych urządzeń w Polsce osiągnie przychód w wysokości 243,9 mln USD. Dla porównania u naszych zachodnich sąsiadów to ok. 3 mld USD. Rynek w całej Europie szacowany jest obecnie na ok. 14,2 mld USD.

Prognozy pokazują, że liczba gospodarstw domowych wyposażonych w urządzenia inteligentne w 2024 roku przekroczy 1 mln (ok. 8 %). W ciągu czterech lat ta liczba ma wzrosnąć do blisko 3,5 mln gospodarstw (1/4 gospodarstw).

Dynamiczny rozwój omawianego kierunku nie umyka uwadze Unii Europejskiej, która opracowuje kolejne dokumenty prawne dotyczące bezpieczeństwa danych oraz użytkowników inteligentnych urządzeń. Obecnie duże emocje budzą wstępnie uzgodnione zapisy rozporządzenia ws. Sztucznej Inteligencji, dzięki którym Europa stanie się pierwszym kontynentem z jasnymi zasadami korzystania z tej technologii.

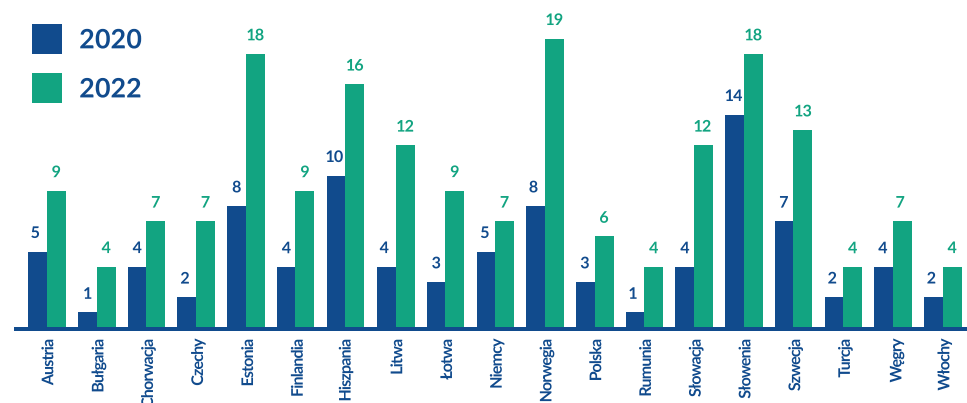
Piotr Stelmachów

VP Head of Consumer Electronics,
Samsung Electronics Polska



W 2023 roku przeprowadziliśmy badania dotyczące preferencji Polaków w zakresie rozwiązań smart home. Dowiedzieliśmy się, że aż ¼ polskich konsumentów posiada w domu przynajmniej jedno inteligentne urządzenie, a aż 6 na 10 respondentów chciałoby sterować wszystkimi urządzeniami z poziomu jednej aplikacji. To pokazuje, że Polacy interesują się urządzeniami typu smart i chcą je mieć w swoich domach. Jednocześnie najważniejszym aspektem, którego wymagają od inteligentnych urządzeń jest zwiększenie bezpieczeństwa, na drugim miejscu oszczędność energii i intuicyjna obsługa. Wszystkie te benefity łączą w sobie aplikacje do inteligentnego zarządzania domem. Można do nich podłączyć najprzeróżniejsze urządzenia różnych marek, tworząc w domu prawdziwe centrum dowodzenia i sprawiając, że nasze codzienne obowiązki stają się po prostu łatwiejsze.

Procent użytkowników posiadających urządzenia AGD podłączone do internetu (np. ekspres do kawy, robot, lodówka itp.)



KONSUMENCI I GOSPODARSTWA DOMOWE

KILKA LICZB O GOSPODARSTWACH DOMOWYCH

W Polsce mamy ok. 14,5 mln gospodarstw, w których średnio mieszka 2,5 osób. Pomimo spadku liczby ludności szacuje się, że do 2030 r. liczba gospodarstw wzrośnie do 15,5 mln. Przeciętnie gospodarstwo domowe zajmuje mieszkanie o powierzchni 82 m², składające się z 3 pokoi. W naszym kraju jest obecnie 15,4 mln mieszkań, z czego 6,9 mln to mieszkania jednorodzinne, a 8,6 mln to mieszkania wielorodzinne zlokalizowane w 560 tys. budynków wielomieszkaniowych. 99,9% mieszkań jest wyposażona w wodociąg, 99% w łazienkę. Z kolei 87% korzysta z gazu, w tym 56% (8,6 mln) posiada przyłączenie do sieci gazowej, a pozostali wykorzystują butle gazowe.

AGD W DOMACH

W całej Polsce pracuje ok. 200 mln szt. AGD, w tym ponad 60 mln to duże AGD. Każdego roku sprzęty te zapewniają wygodę oraz oszczędzają czas, prąd oraz wodę. Same tylko pralki piorą rocznie 19 mln ton ubrań. Taką samą masę żywności przechowujemy corocznie w naszych lodówkach, wydłużając świeżość i zmniejszając ilość marnowanego pożywienia. Z kolei odkurzacze każdego roku oczyszczają powierzchnię równą 50 tys. km².

Szacuje się, że AGD zużywa ok. 50% energii elektrycznej w naszych domach, czyli ponad 15 TWh rocznie. To ok. 10% konsumpcji prądu w całej gospodarce.

WYPOSAŻENIE GOSPODARSTW DOMOWYCH W SPRZĘT AGD

Piekarniki, kuchenki, płyty, okapy 25.0 mln

Lodówki 15.0 mln

Pralki 14.0 mln

Odkurzacze 15.0 mln

Mikrofalówki 9.0 mln

Roboty kuchenne 9.0 mln

Zmywarki 7.0 mln

Ekspresy do kawy 3.0 mln

Zamrażarki 2.0 mln

Suszarki do ubrań 1.0 mln

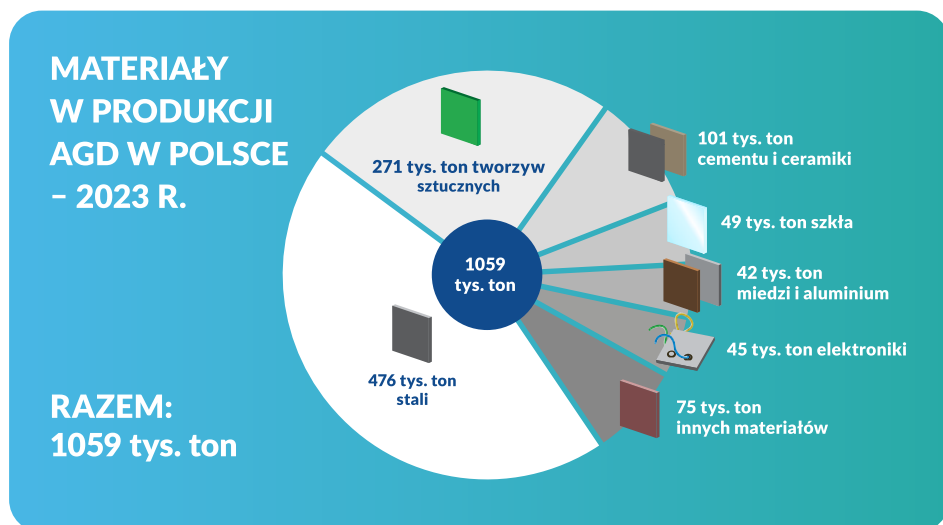
Inne drobne AGD (np. szczoteczki,
golarki, tostery, czajniki) 98.0 mln

ESG W AGD

ESG (skrót od Environmental, Social and Corporate Governance) oznacza sposób zarządzania przedsiębiorstwem uwzględniający trzy aspekty niefinansowe – środowisko, społeczną odpowiedzialność oraz ład korporacyjny.

Przemysł AGD od lat jest liderem w realizacji tej koncepcji, zwłaszcza w dziedzinie środowiskowej. Odgrywa on niebagatelną rolę we wdrażaniu unijnych celów proekologicznych w zakresie redukcji zużycia surowców na każdym etapie życia produktu, zaczynając od projektu i logistyki przez sprzedaż i serwis, a kończąc na recyklingu. Dużo ważniejsze z perspektywy dbania o środowisko są jednak same produkty AGD. Około 80% ich wpływu na klimat wynika z samego użytkowania. Poprzez dostarczanie wydajniejszych urządzeń oraz wsparcie ich użytkowników profesjonalnym serwisem napraw firmy z branży AGD wspierają realizację zrównoważonej konsumpcji.

Jedną z podstaw założeń ESG jest 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ 2030. Cała branża AGD oraz każda firma tego sektora z osobna wspierają realizację około 10 z nich.



Mariusz Chołyst

General Manager, Electrolux Poland



Na przestrzeni lat obserwujemy istotną zmianę podejścia biznesu do zrównoważonego rozwoju. Od uwzględniania w planach wybranych działań ekologicznych czy społecznych, do dążenia, aby stać się prawdziwie zrównoważoną firmą. Zresztą z tej drogi nie ma już odwrotu, bo takie oczekiwania ma coraz większa grupa konsumentów, szczególnie jeśli chodzi o zmiany klimatu. Aż 55% z nich uważa, że marki i firmy muszą być obecnie odpowiedzialne za środowisko (GfK Consumer Life®: TrendKey 2023). Co ciekawe konsumenci oczekują tego w pierwszej kolejności od firm, a w znacznie mniejszym stopniu od rządów.

Firmy AGD coraz częściej stawiają sobie ambitne i długookresowe strategie zrównoważonego rozwoju. Myślę, że zjawisko to będzie znacząco nabierać na sile m.in. przez wdrożony 1 stycznia 2024 r. obowiązek raportowania działań z zakresu ESG.



GOSPODARKA OBIEGU ZAMKNIĘTEGO

PRODUKCJA I EKOPROJEKTOWANIE

Przemysł AGD wykorzystał w roku 2023 ok. 1,06 mln ton materiałów do produkcji urządzeń. Ilość ta jest mniejsza o ponad 200 tys. ton w porównaniu z rokiem 2021. Stal stanowi blisko połowę tej masy. Wydatki firm produkcyjnych AGD na materiały oraz energię osiągnęły w roku 2022 ok. 20 mld zł.

Cały wytworzony sprzęt spełniał unijne wymogi zrównoważonej produkcji. Składają się na nie reguły określające jakich substancji nie można używać w sprzęcie ze względu na zdrowie ludzi oraz bezpieczeństwo środowiska. Od 20 lat nie ma w produkowanych lodówkach ani freonu, ani nawet f-gazów, odpowiedzialnych kolejno za ubożenie warstwy ozonowej i wywoływanie efektu cieplarnianego. Przemysł AGD od prawie 15-stu lat realizuje unijne wymogi tzw. ekoprojektu, które są aktualizowane i zaostrzane co kilka lat. Wymogi takie określają m. in. maksymalne zużycie zasobów, takich jak woda i prąd przez urządzenia na etapie ich użytkowania. Najnowsze dotyczą także elementów gospodarki obiegu zamkniętego, w tym dostępności części zamiennych po wycofaniu modelu lub udostępniania dokumentacji technicznej do napraw.

ETYKIETOWANIE I EFEKTYWNOŚĆ ENERGETYCZNA SPRZĘTU

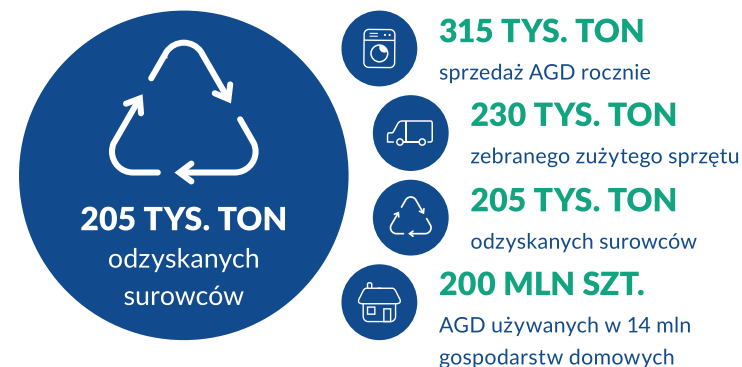
Około 80% wpływu urządzenia na środowisko (śladu węglowego) w przypadku AGD jest generowane w czasie jego wieloletniego użytkowania przez konsumentów. Dlatego też bardzo ważnym elementem jest obowiązkowa etykieta energetyczna, która ułatwia wybór najbardziej przyjaznych dla środowiska urządzeń. Duże AGD to wciąż istotny potencjał oszczędności prądu w Polsce. Dzięki znaczącemu postępowi technicznemu dzisiaj w sprzedaży dominują klasy energetyczne zużywające zaledwie ok. 10-20% prądu w porównaniu do urządzeń dostępnych 25 lat temu. Jak szacuje APPLIA, nawet ¼ lodówek w domach ma ponad 10 lat. Patrząc globalnie,

14 milionów chłodziarek w polskich domach zużywa obecnie ok. 4,5 TWh. Ich wymiana na sprzęt najbardziej innowacyjny pozwoliłaby na zaoszczędzenie aż 3 TWh. Kolejne kategorie dużego AGD nie konsumują aż tak dużo energii elektrycznej, ale to nadal duże wielkości, jeśli uwzględnimy ilość urządzeń w domach.

RECYKLING AGD

Według szacunków APPLIA, w Polsce w roku 2023 na rynek trafiło ok. 315 tys. ton nowych urządzeń AGD (małe i duże AGD), czyli 11% mniej niż przed rokiem. W ramach realizacji swoich celów środowiskowych producenci i importerzy AGD, na równi z dostawcami innego sprzętu elektrycznego lub elektronicznego realizują tzw. rozszerzoną odpowiedzialności producenta. Tzw. ROP oznacza przejście przez te firmy obowiązku finansowania recyklingu aż 65% masy sprzedanego sprzętu. W przypadku AGD, wprowadzający urządzenia w roku 2023 zobowiązani byli do zbierania i poddania recyklingowi ok. 230 tys. ton zużytego sprzętu. Dodatkowo, w przypadku AGD osiągnąony jest poziom recyklingu zapewniający odzysk materiałów na poziomie ok. 90% masy zebranego zużytego sprzętu. Dla branży AGD to unikanie wytwarzania odpadów jest najważniejszym elementem w całej gospodarce obiegu zamkniętego. Częścią polskiej branży AGD jest również sieć ok. 2 tys. techników napraw AGD. Rozmaici uczestnicy tego sektora prowadzą działania zachęcające młodzież do tego zawodu.

OBIEG SUROWCÓW W BRANŻY AGD



MASA SPRZEDAŻY AGD I ZBIÓRKI ZUŻYTEGO AGD (TYS. TON)

Kategorie AGD	Szacowana masa sprzedaży AGD w 2023 r.	Szacowana masa zbiórki i recyklingu w 2023 r.
Pralnictwo	84	60
Chłodnictwo	88	66
Zmywarki	33	25
Suszarki	12	10
Kuchnie, piekarniki, płyty	49	38
Okapy	3	3
Mikrofale	6	5
Odkurzacze	9	6
Ekspresy do kawy	6	4
Roboty kuchenne	2	2
Czajniki	1,5	1
Żelazka	1,5	1
Inne małe AGD	19	12
RAZEM	315	232

ZAGROŻENIA, WYZWANIA i SZANSE

NOWE PRAWO

to nowe szanse na uporządkowanie rynku, z czego cieszą się rzetelni dostawcy. To jednak także wyzwania, ponieważ są to dodatkowe procedury, biurokracja, zagrożenie karami i ryzyko utraty części rynku. Z nadzieją, ale także z obawami, patrzymy na:

- ESG, czyli olbrzymi system raportowania środowiskowego, społecznego i korporacyjnego, który będzie dotyczył co roku coraz mniejszych firm;
- CBAM, który zachwieje równowagą pomiędzy europejskimi fabrykami importującymi surowce, a importerami gotowych wyrobów, które nie będą obłożone nowym środowiskowym para-podatkiem;
- Opakowania, czyli dyrektywę PPWR, która może zmusić producentów do realizacji dość kuriozalnych zapisów i stosowania np. drogich kaucyjnych opakowań wielokrotnego użytku;

WALUTY

dolar, euro, lira, juan.... czyli różnice kursowe będące zmartwieniem importerów mających i tak trudny czas w dobie rozchwianej gospodarki. Dla nielicznych finansistów z żyłką hazardową może to jednak być szansą na dodatkowy zysk nieoperacyjny.

ŁAŃCUCHY DOSTAW

które się co chwila rwą i zmuszają nas do ponownej nauki geografii i analizy strategicznego znaczenia Morza Czerwonego. Fakt i poczucie niepewności mogą zmuszać inwestorów i dużych producentów do „nearshoringu” czyli zachęcania poddostawców do lokowania zakładów blisko rynku głównego, co może być szansą dla polskiej gospodarki.

SIŁA ROBOCZA

wszelkich szczebli, a w szczególności jej dostępność może również w 2024 roku być wyzwaniem. Obyśmy jednak mieli kłopot z pozyskiwaniem załogi niż jej zwalnianiem.

Dialog w branży AGD

Branża AGD jest swoistym łańcuchem, którego ogniwami są tysiące podmiotów, firm, instytucji i organizacji skupionych wokół całego cyklu życia produktu. Rozpoczyna się on od poddostawców dostarczających surowce, komponenty i usługi. Kolejnymi uczestnikami rynku są producenci projektujący i wytwarzający urządzenia. Dalsze ogniwa łańcucha stanowią firmy logistyczne oraz dystrybutorzy odpowiedzialni za dostarczenie sprzętu konsumentowi i doradztwo w zakresie wyboru spełniającego oczekiwania urządzenia. Nie mniej ważne są również firmy zapewniające obsługę posprzedażową oraz bezpośrednio związane z końcem życia produktu, takie jak organizacje odzysku i zakłady przetwarzania.

Istotnym spoiwem omawianego łańcucha jest rozmowa oraz współpraca na poziomie instytucji otoczenia biznesu. APPLIA Polska jako jedyna reprezentacja producentów i importerów AGD aktywnie uczestniczy w tych procesach. Ich częścią są m.in. organizowane przez Związek wydarzenia, takie jak Kongres AGD czy Kongres serwisów AGD. Równie istotna jest także współpraca APPLIA Polska z APPLIA Europe – jednym z ostatnich jej owoców jest wypracowany wspólnie Manifest przemysłu AGD 2024, którego treść zamieszczona została na kolejnych stronach.



ORGANIZACJE

- izby, związki, stowarzyszenia...
- strefy ekonomiczne
- szkoły branżowe



RECYKLERZY

- organizacje odzysku
- zakłady przetwarzania
- zbierający



SERWIS

- Stowaryszenie PSSUD
- serwisy indywidualne



PODDOSTAWCY

- komponenty i podzespoły
- usługi



PRODUCENCI

- duże AGD
- małe AGD
- klimatyzacja, wentylacja
- pompy ciepła, bojlerzy
- sprzęt B2B



LOGISTYKA

- deweloperzy
- magazyny
- transport
- obsługa



DETALE

- sklepy
- e-commerce



MANIFEST AGD

Nasze zalecenia dla unijnych ustawodawców na lata 2024-2029 w zakresie sprawiedliwego, zrównoważonego i dostatniego społeczeństwa UE

Sprzęt AGD odgrywa kluczową rolę w zrównoważonym rozwoju. Od lodówek, pralek, odkurzaczy i żelazek, po klimatyzatory i pompy ciepła, AGD jest obecne w każdym gospodarstwie domowym i może znacząco zmniejszyć zużycie energii oraz emisję dwutlenku węgla. W tym zakresie warunkiem koniecznym jest wdrożenie odpowiedniej polityki unijnej. APPLIA Europe we współpracy z APPLIA Polska przygotowała poniższą mapę drogową celem przedstawienia zaleceń dla Komisji Europejskiej, Parlamentu Europejskiego i Rady Unii Europejskiej (27 rządów krajowych) na nową kadencję.

Dokument zawiera 9 rekomendacji, które Unia Europejska powinna wdrożyć w latach 2024-2029 by osiągnąć neutralność klimatyczną przy jednoczesnym wspieraniu obywateli, zachowaniu miejsc pracy oraz promowaniu wzrostu gospodarczego w Europie.



DZIEWIĘĆ REKOMENDACJI DLA UNII EUROPEJSKIEJ

FILAR 1

Umożliwienie przejścia do Europy neutralnej klimatycznie



Rekomendacja 1: plan dekarbonizacji Europy

Rekomendacja 2: wsparcie inwestycji prowadzących do dekarbonizacji

Rekomendacja 3: modernizacja przesyłu energii celem redukcji emisji CO₂ i rachunków za energię

FILAR 2

Wsparcie obywateli w transformacji energetycznej



Rekomendacja 4: system zachęt dla gospodarstw domowych promujący oszczędzanie prądu

Rekomendacja 5: europejska strategia wymiany starych energochłonnych urządzeń

Rekomendacja 6: wsparcie w wyposażeniu gospodarstw domowych o niskich dochodach w energooszczędne urządzenia

FILAR 3

Utrzymanie miejsc pracy i promowanie wzrostu w Europie



Rekomendacja 7: uczynienie z Europy światowego lidera innowacyjności w dziedzinie czystych technologii

Rekomendacja 8: zbudowanie odpornej na kryzys europejskiej gospodarki obiegu zamkniętego

Rekomendacja 9: jasny europejski głos w sprawie polityki przemysłowej i dekarbonizacji

Amica

ARISTON

GROUPE
ATLANTIC

beko

Biazzet

B/S/H/

CIARKO

DAIKIN

DeLonghi

dyson

Electrolux

elica

FRANKE

Fore.

Haier

Hisense

jura

KÄRCHER

LIEBHERR

Miele

MPM

Panasonic

P&G

PHILIPS

SAMSUNG

SEB

SHARP

smeg

SOLGAZ

TEKA

Versuni

VESTEL

VORWERK

Whirlpool
CORPORATION

zelmer