

Estudio realizado por Eurovent Market Intelligence (EMI)

El mercado de la refrigeración y acondicionamiento de aire de la zona EMEA en 2011

Eurovent Market Intelligence (EMI), la oficina europea de estadísticas sobre el mercado de la refrigeración y acondicionamiento de aire (HVAC&R) acaba de publicar el resultado de sus estudios sobre las ventas de 2011 en la zona de Europa, Oriente Próximo y África (EMEA), basados en los datos recopilados entre los fabricantes del sector. Un estudio que ha visto ampliado el índice de participación en un 8% en sus principales programas (ventiloconvectores, grupos de producción de agua helada, equipos de tratamiento de aire, unidades de techo, intercambiadores de calor y filtros de aire), pasando de 36 participantes en 2011 a 44 en 2012. Además, este año se han incluido dos nuevas gamas de productos: las cortinas de aire y la climatización de precisión destinada a los centros de datos, área en la que han participado prácticamente el 100% de los fabricantes de esta línea.

El 2011, un año flojo en la mayoría de los mercados de la zona EMEA, ha confirmado el dinamismo excepcional del ámbito de los equipos de tratamiento de aire. Asimismo, ha puesto en evidencia los dos polos de la crisis y del crecimiento que han marcado la economía con, por una parte, el desplome de los mercados griego y español y, por otra, la emergencia de los nuevos «dragones europeos»: Rusia y Turquía.



TENDENCIAS DEL MERCADO DE LA REFRIGERACIÓN Y ACONDICIONAMIENTO DE AIRE

EQUIPOS DE TRATAMIENTO DE AIRE

El mercado de los equipos de tratamiento de aire es el que ha experimentado el dinamismo más importante en Europa, con 1.400 millones de euros de volumen de negocio, un crecimiento en 2010-2011 situado entre el 10% y el 12%, y previsiones para 2012 superiores al 5%.

Las principales plazas fuertes de este mercado están en el norte de Europa: Alemania representa casi una cuarta parte del mercado europeo, Escandinavia una quinta parte, Inglaterra, Benelux y Rusia un 8% cada uno. Francia se sitúa en torno al 7%, mientras que los países del sur de Europa (Italia, España, Grecia y Portugal) suman en conjunto poco más del 10% del mercado. Oriente Próximo ocupa un lugar relativamente menor: sus ventas en 2011 representan apenas el 10% del mercado EMEA; este mercado está sobre todo dominado por las unidades de techo, que no requieren necesariamente instalar equipos de tratamiento de aire.

En relación con el ejercicio anterior, las subidas más acusadas se han registrado en el norte de Europa y Rusia (y los antiguos países de la Unión Soviética), con una media alrededor del 20%. Turquía merece una mención especial, siendo el país más dinámico, con un crecimiento récord cercano al 30%. Los otros países que re-



El mercado de los equipos de tratamiento de aire es el que ha experimentado el dinamismo más importante en Europa, con 1.400 millones de euros de volumen de negocio, aunque los países del sur de Europa (Italia, España, Grecia y Portugal) suman en conjunto poco más del 10% del mercado

gistran mejores resultados son Francia, Suiza y el Benelux, con crecimientos entorno al 15%, seguidos de Alemania y Europa oriental, que se sitúan alrededor del 10%. En cambio, se observan contracciones del mercado en Grecia, África y Oriente Próximo, que en el caso de la Península Ibérica pueden llegar a niveles de alrededor del -10%. Para 2012 no se espera ningún giro espectacular de tendencia en el

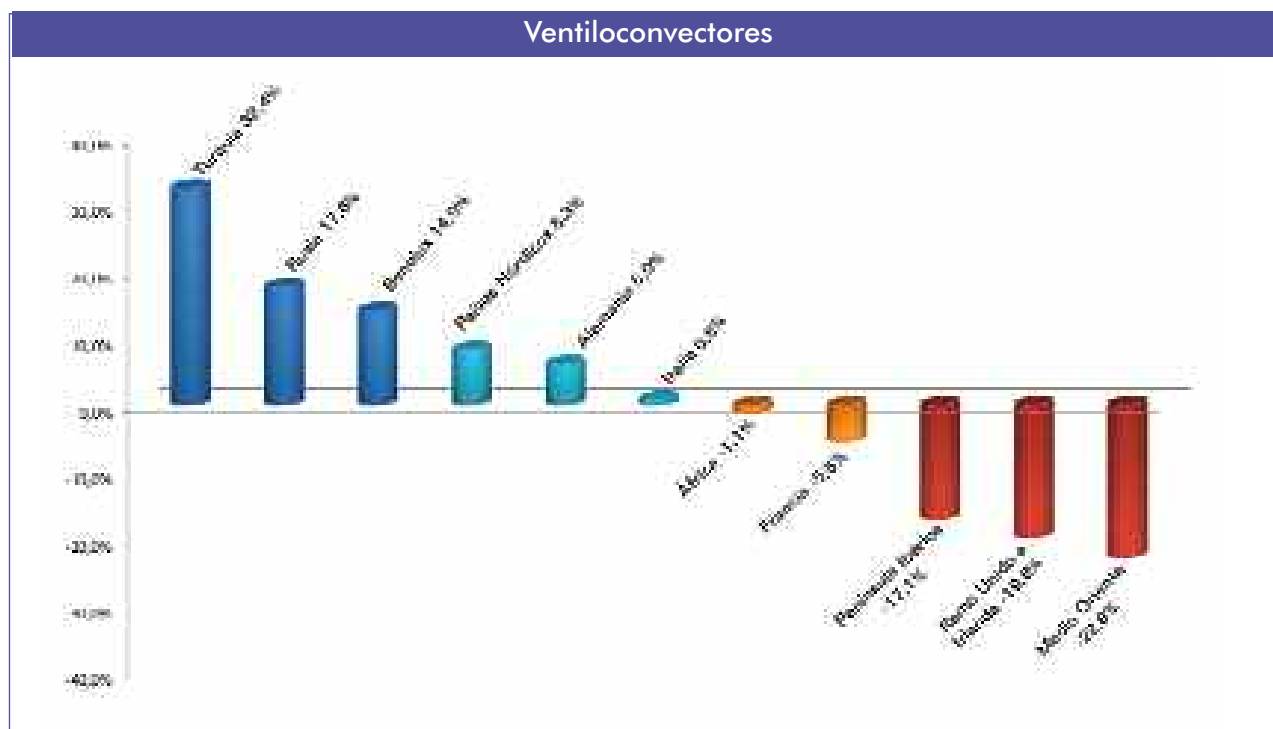
conjunto de la zona EMEA, aparte tal vez de Oriente Próximo, que debería resurgir con el crecimiento.

La mitad de los equipos vendidos en la zona EMEA en 2010 son los que tienen un caudal de aire inferior o igual a 5.000 m³/h, los que están por encima de los 15.000 m³/h representan la quinta parte de las ventas. Por lo que se refiere a la clase energética, la media se sitúa alrededor de la clase B, apuntando hacia la A en el norte de Europa y en Suiza, y hacia la C para el sur de Europa y África.

VENTILOCONVECTORES

El mercado de los ventilosconectores ha experimentado una ligera contracción en 2011 (alrededor del -3%) y las unidades vendidas en la zona EMEA ascienden a 1,6 millones; las ventas europeas representan tres cuartas partes del mercado.

En Europa, Italia conserva su puesto líder con cerca de una tercera parte del mercado, mientras que Francia ocupa (de lejos) el segundo lugar con un 13%. Este año, Turquía ha destronado a España de su



El mercado de los ventiloconvectores ha experimentado una ligera contracción en 2011 (alrededor del -3%), con bajadas fuertes como en la Península Ibérica (-17% de media)

tercera posición, con un 7% de cuota de mercado, con Rusia pisándole los talones con aproximadamente un 6% del mercado. En sexta y séptima posición se sitúan respectivamente Alemania y el Reino Unido, con cuotas de mercado alrededor del 5%. En cuanto a Oriente Próximo, mantiene su segunda posición del mercado EMEA con cerca de 250.000 unidades vendidas.

En comparación con 2010, los países que registran mayor dinamismo son los del norte de Europa, con un crecimiento en torno al 10%, de los cuales un +14% para el Benelux y un +6% para Alemania. Italia ha experimentado un año sombrío con el estancamiento de su mercado, mientras que el mercado francés se ha contraído cerca de un 5%. Las bajas más

fuertes registradas se encuentran en la Península Ibérica (-17% de media), en Inglaterra, donde han alcanzado el -20%, y sobre todo en Grecia, donde el mercado se ha reducido a la mitad. Por el contrario, la crisis ha perdonado por completo a Rusia y Turquía, que han continuado su fuerte desarrollo con crecimientos respectivos alrededor del 20% y el 30%. Para 2012, se espera que estos dos países experimenten una fuerte ralentización; en el caso de Italia, parece que 2012 volverá a ser un año bastante difícil. En Grecia y España se espera una mejoría, pero todavía no se divisa ninguna salida a la crisis.

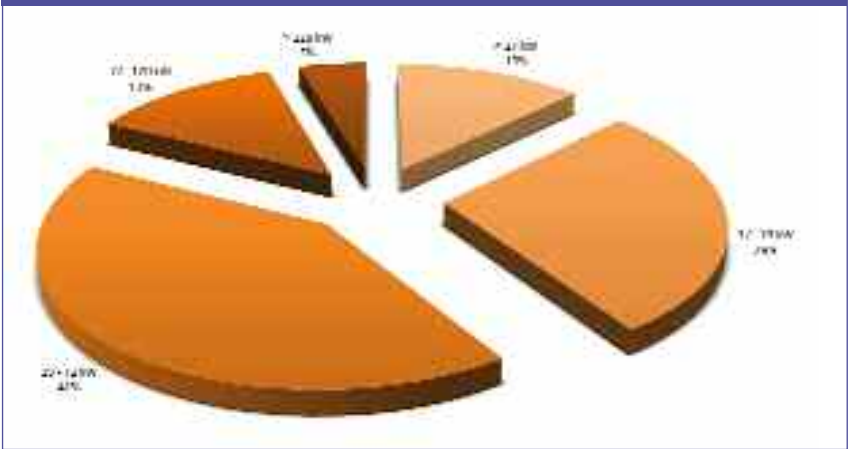
Las tres cuartas partes de los FCU vendidos en la zona EMEA son en general unidades de 2 tubos, con un matiz sin embargo en el caso de Turquía,

que presenta una situación más igualada, y sobre todo del binomio Irlanda/Reino Unido, donde las unidades de 4 tubos son mayoritarias. Por lo que respecta al diseño, dos terceras partes de las ventas corresponden a partes iguales a los modelos carrozados y a los no carrozados. Una quinta parte del mercado es para los modelos tipo Cassette y el 13% para las unidades enfundables.

UNIDADES DE TECHO

Con cerca 68.000 unidades vendidas en 2011, Oriente Próximo permanece en su posición de liderazgo en el mercado EMEA con casi 50.000 unidades vendidas. África ocupa el segundo lugar con un poco menos de 5.000 unidades. En Europa, los principales mercados siguen siendo los mismos, con la Península Ibérica (18%) todavía a la cabeza, después Francia (17%), Italia (14%) y el Reino Unido (12%), que representan la mayoría de las unidades de techo vendidas en Europa.

Unidades de techo



En Europa, la Península Ibérica se mantiene a la cabeza del mercado de las unidades de techo, con un crecimiento del 18%

En comparación con 2011, y a diferencia de otros mercados, el de las unidades de techo se ha mantenido dinámico con crecimientos en 2010-2011 en general aceptables y previsiones al alza para 2012. No obstante, este crecimiento afecta sobre todo a Oriente Próximo, con subidas superiores al 30%; en Europa, solo se han beneficiado mercados más bien menores, como Alemania y el Benelux. En otros países, como Francia, España, Rusia, Turquía y Polonia, las cifras del mercado han sido bastante flojas, incluso negativas, salvo en Italia, que se ha comportado algo mejor con un crecimiento cercano al 10%. En cambio, el mercado ha experimentado serios reveses en Grecia, África y Reino Unido, con descensos que han podido superar el -30%.

Ya sea Oriente Próximo, África o el resto de Europa, las unidades de techo más vendidas son las que cuentan con capacidades medias comprendidas entre 29 y 72 kW. Sin embargo, el segundo mercado en términos de importancia en Oriente Próximo se orienta sobre todo hacia las capacidades más reducidas por debajo de 29 kW, mientras que en Europa se sitúa principalmente en las grandes capacidades por encima de 72 kW.

Por lo que se refiere al tipo de unidades, solo en Oriente Próximo se registran las que funcionan ex-

clusivamente en frío, mientras que en Europa las unidades reversibles (modelos clásicos y de gas) han alcanzado dos terceras partes de las ventas.

LOS GRUPOS DE PRODUCCIÓN DE AGUA HELADA (CHILLERS)

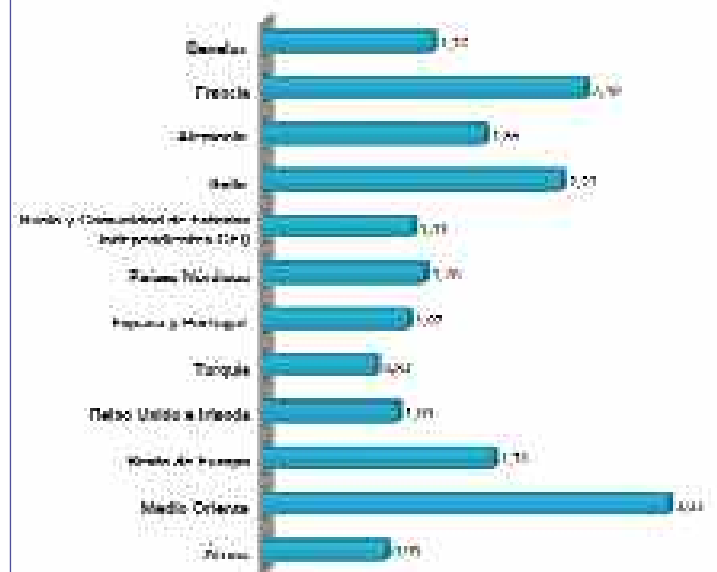
El mercado de los grupos de producción de agua helada en la zona EMEA (Europa, Oriente Próximo y África) registró más de 18 millones de kW en 2011, en comparación con los 16 millones de 2010. Se sitúa principalmente en Oriente Próximo (16%), Francia (13%), Italia (12%) y Alemania (9%).

Para las capacidades reducidas (< 50 kW), las ventas se han concentrado tradicionalmente en el sur de Europa (Francia, Italia, España), y además en los países escandinavos y bálticos, que representan una cuarta parte del mercado europeo.

En Europa, en las unidades de potencia media comprendida

2011 ha sido un año un tanto desalentador para el mercado de chillers en Europa, mientras que Turquía y Rusia confirman su dinamismo

Chillers



entre los 50 kW y los 700 kW, sigue dominando el trío que suele estar a la cabeza, formado por Francia, Italia y Alemania, con casi la mitad del mercado, seguidas un poco más de lejos por el Benelux, España, Reino Unido y Rusia, cuyos porcentajes se sitúan entre el 6% y el 9%. En cambio, en las unidades de gran potencia (superiores a 700 kW), encontramos en las primeras posiciones a Turquía y Rusia (con un 15% y un 13% de la cuota de mercado respectivamente), seguidas por el trío Francia/Alemania/Italia con cuotas que van respectivamente del 13% al 10%.

En comparación con 2010, en el caso de las unidades con potencia superior a 50 kW, se observa un estancamiento global

del mercado. Afecta ligeramente a Francia, Alemania, los países nórdicos, el Magreb y Europa oriental, y más negativamente al Reino Unido e Italia. De entre los países menos afectados, encontramos de nuevo Oriente Próximo, el Benelux y Polonia, con tasas de crecimiento entre el 10% y el 20%; como suele ser habitual, son Rusia y Turquía quienes salen a flote con tasas de crecimiento que superan con creces el 20%. Por el contrario, se han registrado de nuevos fuertes descensos en la Península Ibérica (cerca del -25%) y en Grecia, donde el mercado se ha reducido una tercera parte. Cabe destacar también Egipto, donde las repercusiones de las revoluciones de 2011 han contraído con fuerza el mercado, dividiéndolo casi

por tres, mientras que entre 2008 y 2010 había aumentado una cuarta parte.

Las previsiones para 2012 son más bien mixtas. Permanecen bastante positivas para zonas ya muy dinámicas, como Rusia, Turquía y Oriente Próximo, pero son claramente más deslucidas para el resto de Europa. Por ejemplo, Italia, España y Francia han empezado el año bastante mal, con caídas que van del -10% al -30%, y cuya recuperación en el segundo trimestre parece difícil. Alemania y el Reino Unido, que han conocido descensos del mercado más moderados en el primer trimestre, deberían poder mantener un volumen de ventas casi equivalente al del año pasado. ■