

## 4. Analisi quantitativa sezione europea

# 4.1. Introduzione

La quarta ed ultima parte dell'Osservatorio Findomestic analizza e compara i principali mercati dei beni durevoli tra i principali paesi europei. Nel dettaglio ciascun mercato è stato analizzato, oltre che in Italia, in Francia, Belgio, Germania, Spagna, Portogallo e Regno Unito.

Che cosa rappresentano questi mercati nei sette paesi studiati? Come si sono evoluti nel corso degli ultimi anni? Quali sono le intenzioni di acquisto per l'anno 2004? In breve, quali sono i mercati ed i paesi più dinamici?

Si scopre, ad esempio, che i tedeschi sono molto attaccati alla loro casa coi bilanci più importanti d'Europa in mobili e bricolage.

I francesi, incoraggiati dai buoni risultati dei loro sportivi in questi ultimi anni, sono campioni dell'Europa nelle spese dedicate all'universo dello sport.

I belgi si mostrano più sensibili ai prodotti tecnologici con, da un lato, progressione in doppia cifra delle vendite di prodotti audio e video nel 2003 e, dall'altro, con il maggior bilancio d'Europa dedicato all'informatica.

I portoghesi e gli spagnoli si mostrano cauti quando si tratta di pronunciarsi sulle loro spese future, i britannici, dal canto loro,

esprimono intenzioni di acquisto per il 2004 largamente superiori alla media europea per la totalità dei mercati.

E gli italiani? I nostri concittadini, fedeli forse al mito della "dolce vita", si differenziano da tutti in quanto a moto e scooters, ponendo il paese in prima posizione sul mercato delle due ruote.

Per effettuare la comparazione dei mercati a livello europeo si è cercato nei limiti del possibile, di considerare per ogni mercato gli stessi segmenti in ciascuno dei paesi analizzati. A tale scopo, i valori italiani relativi a sport e bricolage differiscono significativamente da quelli inseriti nello studio dei beni durevoli in Italia.

Per questi due mercati le fonti e le basi informative dalle quali

scaturiscono i valori per il confronto europeo sono diverse da quelle utilizzate per la sezione italiana; nel dettaglio in questa sezione per il mercato dello sport sono inclusi anche i settori caccia e pesca, che per l'analisi italiana avevamo escluso, mentre per il mercato del bricolage ci si è basati sul venduto totale dei settori giardinaggio delle grandi superfici di vendita e dei negozi di vendita al dettaglio, mentre per l'analisi italiana avevamo considerato solo due categorie di prodotti.



## 4. Analisi quantitativa sezione europea

# 4.2. I mercati dei beni durevoli europei, analisi e comparazione

### 4.2.1. Auto

#### Consistenza del mercato (immatricolazioni)

Paesi	2001	2002	2003 (stima)	Variazione 2003/2002
Italia	2.413.880	2.280.000	2.148.000	-5,8%
Francia	2.250.000	2.145.000	2.000.000	-6,8%
Spagna	1.425.573	1.332.000	1.365.000	+2,5%
Portogallo	353.894	305.387	299.000	-2,1%
Belgio	488.683	467.659	440.000	-6%
Regno Unito	2.459.000	2.564.000	2.520.000	-1,7%
Germania	3.341.000	3.250.000	3.280.000	+0,9%
Totale 7 paesi	12.732.030	12.334.046	12.052.000	-2,3%

Fonti: Osservatorio dell'automobile COFICA, Prometeia, Findomestic Banca

#### Tasso d'acquisto delle famiglie

Paesi	Famiglie	Tasso d'acquisto delle famiglie 2003
Italia	21.503.088	10,0%
Francia	23.810.611	8,4%
Spagna	12.954.888	10,5%
Portogallo	3.734.056	8%
Belgio	4.319.040	10,2%
Regno Unito	24.592.000	10,2%
Germania	38.700.000	8,5%
Media	Totale: 129.613.680	9,4%

Fonti: Osservatorio dell'automobile COFICA, Prometeia, Findomestic Banca

#### TOP 3 Tasso d'acquisto delle famiglie 2003

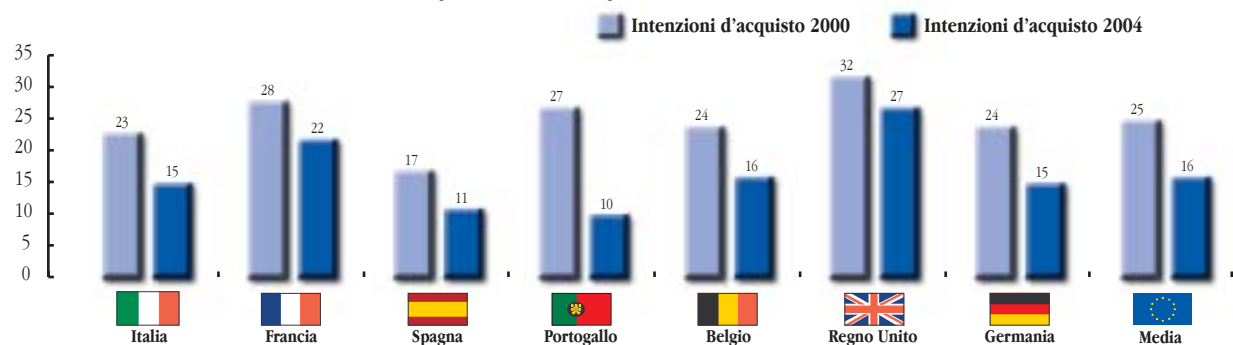


#### Commento

- Le immatricolazioni sono globalmente in ribasso a livello europeo, particolarmente in Francia col -7%.
- Il livello delle intenzioni di acquisto per i 12 mesi a venire non lascia intravedere un rimbalzo per il 2004.
- Nel 2003 sono stati inglesi e spagnoli coloro che in media hanno acquistato più auto.

#### Intenzioni d'acquisto

Percentuale di intervistati che dichiarano l'intenzione di acquistare, sicuramente o probabilmente, i beni citati nei 12 mesi successivi all'intervista.



Fonti: Cetelem - Findomestic Banca

■ 4.2.2. Moto

**Consistenza del mercato (immatricolazioni)**

Moto (> 50cc.)	2001	2002	2003 (stima)	Variazione 2003/2002
Italia	413.671	388.237	384.877	-0,9%
Francia	179.590	168.754	165.000	-2,2%
Spagna	61.906	61.719	70.000	+13,4%
Portogallo	22.184	19.230	15.400	-20%
Belgio	21.229	21.503	21.720	+1%
Regno Unito	123.897	123.391	125.800	+1,9%
Germania	234.831	204.129	180.000	-11,8%
Totale 7 paesi	1.057.308	986.963	962.797	-2,4%

Fonti: - La Revue du Cycle, Cetelem, Prometeia, Findomestic Banca



**Commento**

- L'Italia domina nettamente il mercato europeo con circa 400.000 moto immatricolate nel 2003. Gli altri paesi presentano dati nettamente inferiori.
- Contrastante l'andamento nella penisola iberica: forte progressione del mercato in Spagna e caduta eclatante in Portogallo.
- Le intenzioni di acquisto per i 12 mesi a venire confermano la tendenza al ribasso.

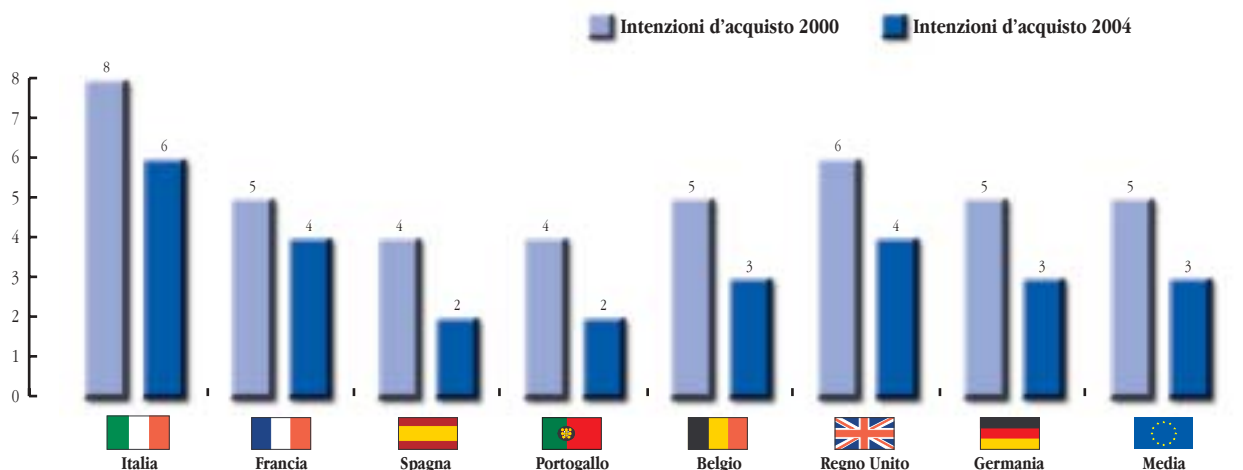
**Tasso d'acquisto delle famiglie**

Paesi	Famiglie	Tasso d'acquisto delle famiglie 2003
Italia	21.503.088	1,79%
Francia	23.810.611	0,69%
Spagna	12.954.888	0,54%
Portogallo	3.734.056	0,41%
Belgio	4.319.040	0,50%
Regno Unito	24.592.000	0,51%
Germania	38.700.000	0,47%
Media	Totale: 129.613.680	0,75%

Fonti: Osservatorio dell'automobile COFICA, Prometeia, Findomestic Banca

**Intenzioni d'acquisto**

Percentuale di intervistati che dichiarano l'intenzione di acquistare, sicuramente o probabilmente, i beni citati nei 12 mesi successivi all'intervista.



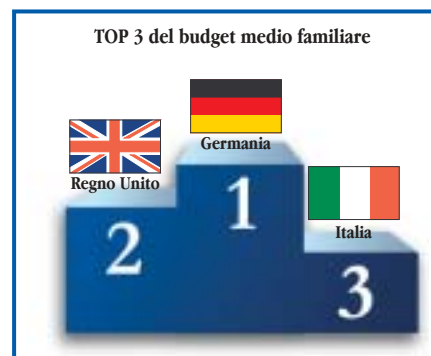
Fonti: Cetelem - Findomestic Banca

### 4.2.3. Mobili

#### Consistenza del mercato (miliardi di Euro)

Paesi	2001	2002	2003 (stima)	Variazione 2003/2002
Italia	12,76	12,67	12,98	+2,4%
Francia	9,15	8,67	8,24	-5%
Spagna	4,8	4,7	4,8	+2,1%
Portogallo	1,08	1,10	1,09	-1%
Belgio	1,92	1,9	1,88	-1%
Regno Unito	14,86	15,17	15,59	+2,8%
Germania	30,1	27,4	28,5	+4%
Totale 7 paesi	74,67	71,61	73,08	+2%

Fonti: IPEA, DBK, Cetelem, Prometeia, Findomestic Banca



#### Commento

- La Francia si distingue per un mercato orientato al ribasso, nel 2003 è il solo paese a registrare una flessione significativa.
- Con più di 700 Euro l'anno per famiglia, i tedeschi sono i maggiori consumatori di mobili in Europa. I portoghesi ed i francesi chiudono la marcia con meno di 350 Euro.
- Le intenzioni di acquisto sono in calo nella totalità dei paesi, i britannici si mostrano i più ottimisti per il 2004.

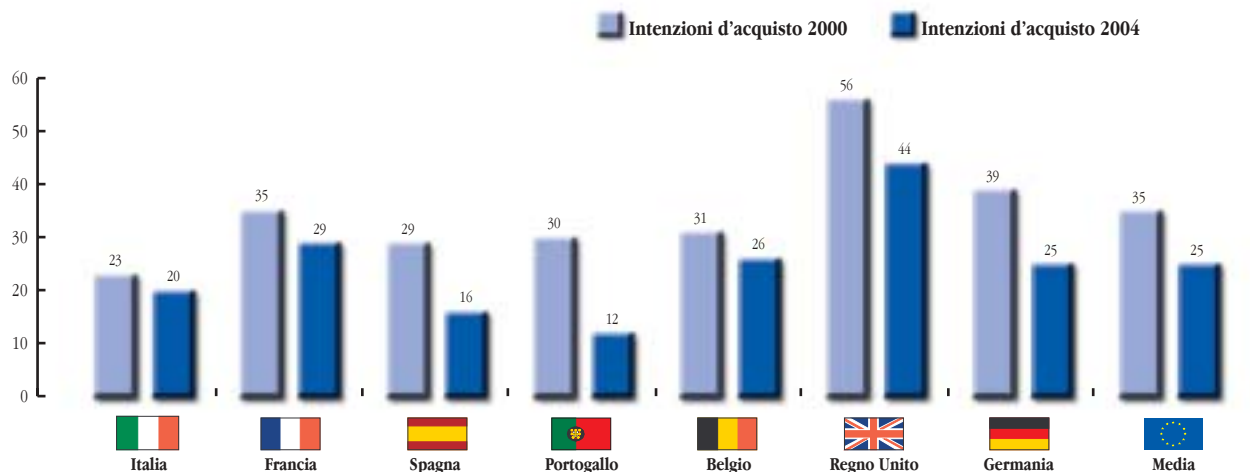
#### Il budget medio familiare (in Euro)

Paesi	Famiglie	Budget medio familiare in Euro 2003
Italia	21.503.088	604
Francia	23.810.611	346
Spagna	12.954.888	370
Portogallo	3.734.056	292
Belgio	4.319.040	435
Regno Unito	24.592.000	634
Germania	38.700.000	736
Media	Totale: 129.613.680	554

Fonti: IPEA, DBK, Cetelem, Prometeia, Findomestic Banca

#### Intenzioni d'acquisto

Percentuale di intervistati che dichiarano l'intenzione di acquistare, sicuramente o probabilmente, i beni citati nei 12 mesi successivi all'intervista.



Fonti: Cetelem - Findomestic Banca

#### 4.2.4. Elettrodomestici bianchi e piccoli

##### Consistenza del mercato (miliardi di Euro)

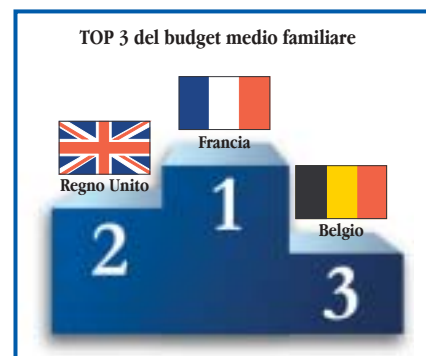
Paesi	2001	2002	2003 (stima)	Variazione 2003/2002
Italia	2,93	2,89	2,99	+3,5%
Francia	6,43	6,51	6,55	+0,6%
Spagna	2,85	2,85	2,87	+0,7%
Portogallo	0,55	0,59	0,57	-3,4%
Belgio	1,05	1,08	1,06	-1,9%
Regno Unito	5,78	5,94	6,14	+3,4%
Germania	6,9	6,6	6,6	=
Totale 7 paesi	26,49	26,46	26,78	+1,2%

Fonti: GFK, Mintel, Cetelem, Prometeia, Findomestic Banca

##### Il budget medio familiare (in Euro)

Paesi	Famiglie	Budget medio familiare in Euro 2003
Italia	21.503.088	139
Francia	23.810.611	275
Spagna	12.954.888	221
Portogallo	3.734.056	153
Belgio	4.319.040	245
Regno Unito	24.592.000	250
Germania	38.700.000	170
Media	Totale: 129.613.680	207

Fonti: GFK, Mintel, Cetelem, Prometeia, Findomestic Banca

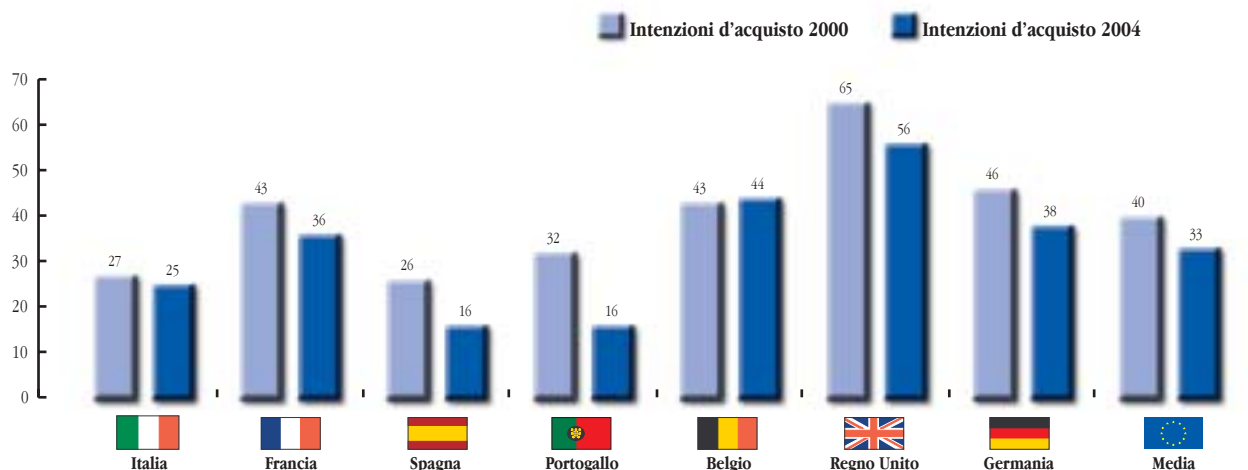


##### Commento

- Tedeschi, francesi ed inglesi dominano il mercato europeo. Il mercato francese deve una parte della sua vitalità alla buona tenuta del piccolo elettrodomestico di cui le vendite nel 2003 sono in crescita superiore al 3%.
- Riguardo al budget familiare, un quartetto si stacca nettamente: la Francia, il Regno Unito, il Belgio e la Spagna con più di 200 Euro per famiglia.
- Le intenzioni di acquisto sono orientate all'abbassamento, spagnoli e portoghesi si mostrano nettamente i meno ottimisti per il 2004.

### Intenzioni d'acquisto

Percentuale di intervistati che dichiarano l'intenzione di acquistare, sicuramente o probabilmente, i beni citati nei 12 mesi successivi all'intervista.



Fonti: Cetelem - Findomestic Banca

#### 4.2.5. Elettrodomestici bruni

##### Consistenza del mercato (miliardi di Euro)

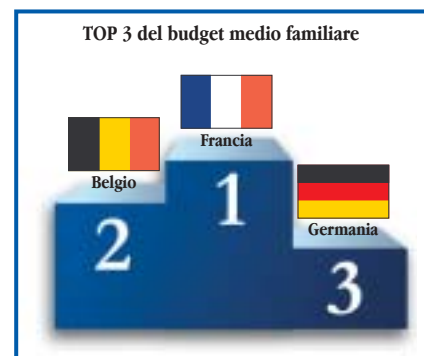
Paesi	2001	2002	2003 (stima)	Variazione 2003/2002
Italia	2,85	2,92	3,08	+5,8%
Francia	6,72	6,75	6,55	-3%
Spagna	1,60	1,75	1,85	+5,7%
Portogallo	0,50	0,57	0,53	-7%
Belgio	0,91	0,92	1,06	+15,2%
Regno Unito	3,32	3,32	3,35	+0,9%
Germania	9,40	9,38	9,29	-1%
Totale 7 paesi	25,30	25,61	25,72	+0,4%

Fonti: GFK, Mintel, Cetelem, Prometeia, Findomestic Banca

##### Il budget medio familiare (in Euro)

Paesi	Famiglie	Budget medio familiare in Euro 2003
Italia	21.503.088	144
Francia	23.810.611	275
Spagna	12.954.888	143
Portogallo	3.734.056	142
Belgio	4.319.040	245
Regno Unito	24.592.000	136
Germania	38.700.000	240
Media	Totale: 129.613.680	198

Fonti: GFK, Mintel, Cetelem, Prometeia, Findomestic Banca

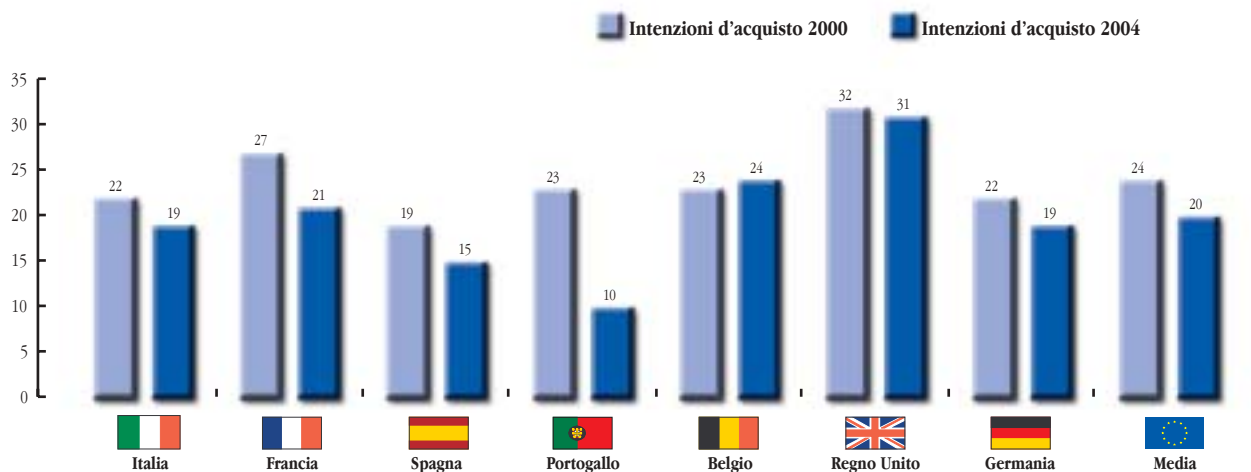


##### Commento

- Tre paesi presentano dei rialzi sensibili nel 2003: l'Italia e la Spagna con il +6% e soprattutto il Belgio con il +15%.
- Dal lato del budget familiare, la Francia, malgrado un mercato orientato al ribasso nel 2003, mantiene la posizione numero 1 in Europa con 275 Euro per famiglia. Da notare come i tre paesi dell'Europa del sud abbiano budget quasi identici.
- Le intenzioni di acquisto si mantengono basse, solo i britannici presentano un valore significativamente sopra la media.

### Intenzioni d'acquisto

Percentuale di intervistati che dichiarano l'intenzione di acquistare, sicuramente o probabilmente, i beni citati nei 12 mesi successivi all'intervista.



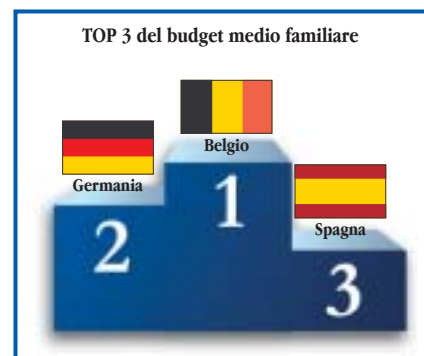
Fonti: Cetelem - Findomestic Banca

#### 4.2.6. Office equipment

##### Consistenza del mercato (miliardi di Euro)

Paesi	2001	2002	2003 (stima)	Variazione 2003/2002
Italia	1,17	1,12	1,14	+1,8%
Francia	3,03	3,02	3,00	-0,6%
Spagna	1,90	1,95	2,00	+2,6%
Portogallo	0,34	0,35	0,35	=
Belgio	1,46	1,47	1,44	-2%
Regno Unito	2,99	3,07	3,20	+4,2%
Germania	8,09	7,84	7,80	-0,5%
Totale 7 paesi	18,98	18,82	18,93	+0,6%

Fonti: GFK, Mintel, Cetelem, Prometeia, Findomestic Banca



##### Commento

- La Germania è il primo mercato europeo con quasi 8 miliardi di Euro, davanti a Regno Unito e Francia con valori attorno ai 3 miliardi di Euro.
- I belgi, con 333 Euro, presentano un budget familiare medio 6 volte superiore a quello degli italiani.
- Le intenzioni di acquisto crollano in Portogallo, mentre sono ad un buon livello nel Regno Unito.

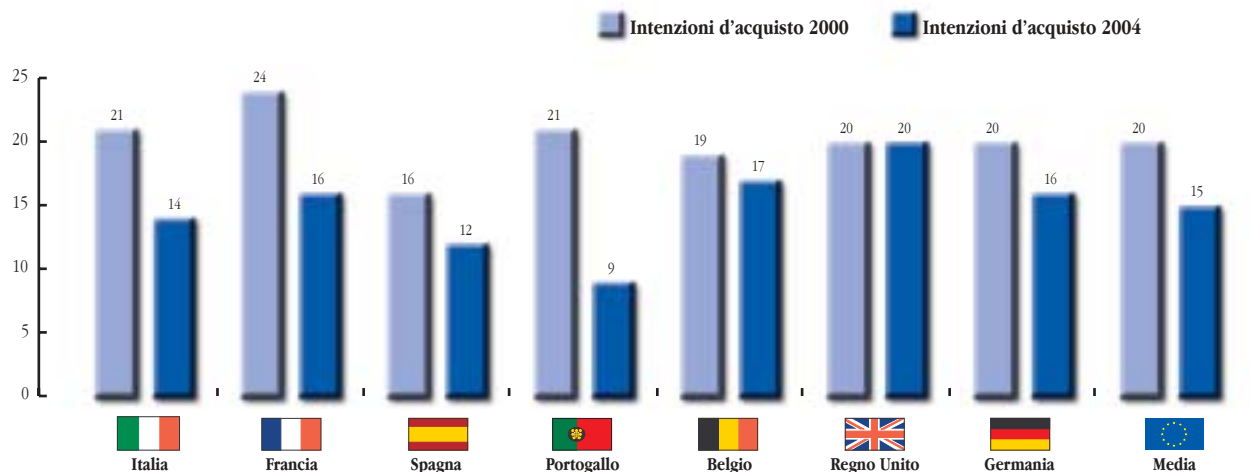
##### Il budget medio familiare (in Euro)

Paesi	Famiglie	Budget medio familiare in Euro 2003
Italia	21.503.088	53
Francia	23.810.611	126
Spagna	12.954.888	154
Portogallo	3.734.056	94
Belgio	4.319.040	333
Regno Unito	24.592.000	130
Germania	38.700.000	202
Media	Totale: 129.613.680	146

Fonti: GFK, Mintel, Cetelem, Prometeia, Findomestic Banca

##### Intenzioni d'acquisto

Percentuale di intervistati che dichiarano l'intenzione di acquistare, sicuramente o probabilmente, i beni citati nei 12 mesi successivi all'intervista.



Fonti: Cetelem - Findomestic Banca

#### 4.2.7. Bricolage

##### Consistenza del mercato (miliardi di Euro)

Paesi	2001	2002	2003 (stima)	Variazione 2003/2002
Italia	9,18	9,18	9,54	+3,9%
Francia	16,25	16,9	17,6	+4,1%
Spagna	3,3	3,6	3,75	+4,2%
Portogallo*	1,74	n.d.	n.d.	=
Belgio	1,41	1,47	1,47	=
Regno Unito	20,8	21,1	21,3	+0,9%
Germania	36,41	35,8	36,5	+1,9%
Totale 7 paesi	89,09	89,79	91,9	+2,3%

Fonti: IFLS, Unibal, Cetelem

La base è diversa dall'analisi effettuata in precedenza per il mercato italiano.

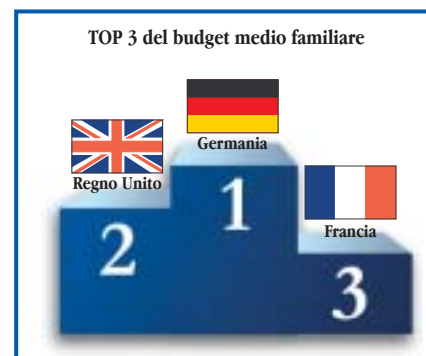
Questo approccio include il reparto giardinaggio delle grandi superfici di fai da te oltre al commercio al di fuori dagli acquisti professionali.

\*Per il Portogallo non sono disponibili i dati 2002 e la stima 2003. Fonte: INE Portogallo

##### Il budget medio familiare (in Euro)

Paesi	Famiglie	Budget medio familiare in Euro 2003
Italia	21.503.088	444
Francia	23.810.611	739
Spagna	12.954.888	289
Portogallo	3.734.056	466
Belgio	4.319.040	340
Regno Unito	24.592.000	866
Germania	38.700.000	943
Media	Totale: 129.613.680	709

Fonti: IFLS, Unibal, Cetelem

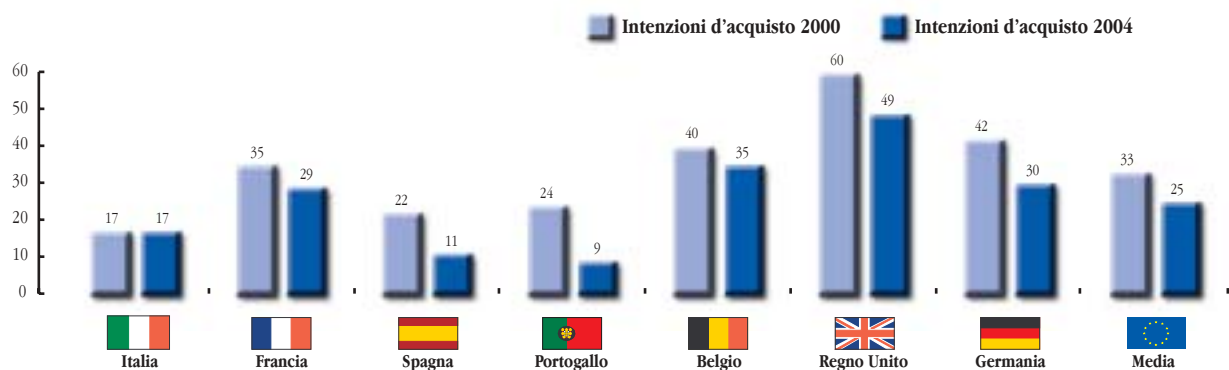


##### Commento

- In tutti i paesi studiati, il mercato del bricolage progredisce beneficiando della crescente passione che gli europei mostrano per il fai da te.
- I tedeschi sono i più grossi consumatori con un bilancio medio più di 3 volte superiore a quello degli spagnoli.
- Le intenzioni di acquisto, globalmente in ribasso rimangono comunque elevate in Germania, nel Regno Unito, in Belgio ed in Francia. I portoghesi chiudono la classifica.

### Intenzioni d'acquisto

Percentuale di intervistati che dichiarano l'intenzione di acquistare, sicuramente o probabilmente, i beni citati nei 12 mesi successivi all'intervista.



Fonti: Cetelem - Findomestic Banca

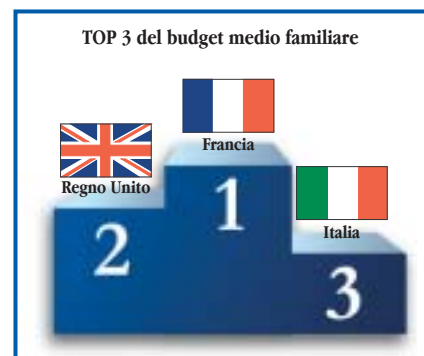
■ 4.2.8. Sport

Consistenza del mercato (miliardi di Euro)

Paesi	2001	2002	2003 (stima)	Variazione 2003/2002
Italia	5,4	5,46	5,67	+3,8%
Francia	7,85	8,17	8,40	+2,8%
Spagna	2,9	3,03	3,16	+4,3%
Regno Unito	5,76	6,2	6,49	+4,7%
Germania	7,60	7,70	7,7	=
Totale 5 Paesi	29,51	30,56	31,42	+2,8%

Fonti: FPS (Federazione professionale delle imprese dello sport e del tempo libero), Cetelem

- sono inclusi in questo approccio i settori caccia e pesca  
- dati comparabili non disponibili per Belgio e Portogallo



Commento

- La Francia si posiziona come il più grosso mercato di Europa, che precede da vicino la Germania con 700 milioni di Euro.
- Solo la Germania presenta un budget medio familiare inferiore a 200 Euro.
- Le intenzioni di acquisto, seppur in ribasso, sono tutto sommato buone, fatta eccezione per il Portogallo.

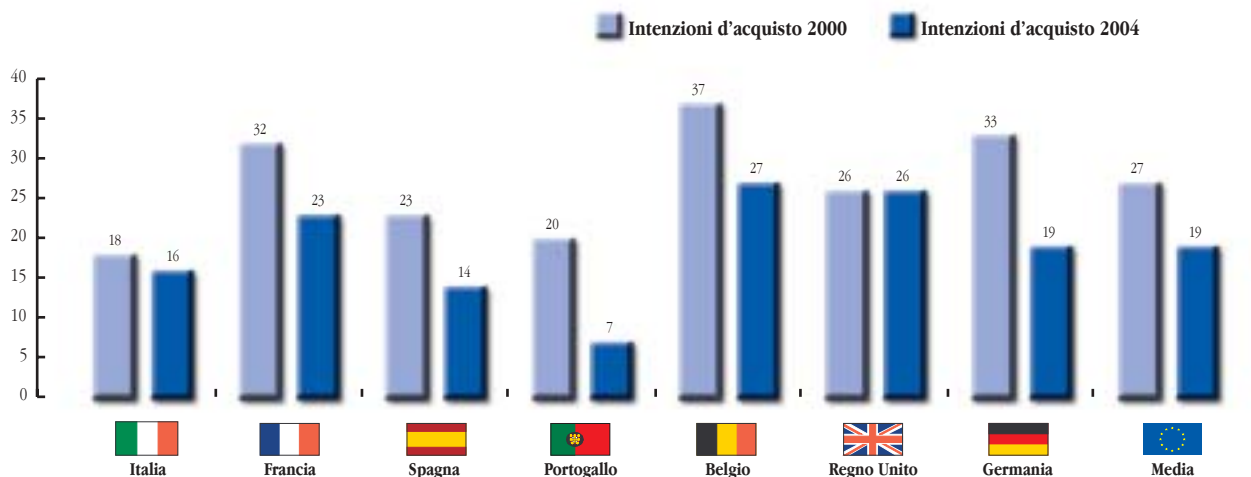
Il budget medio familiare (in Euro)

Paesi	Famiglie	Budget medio familiare in Euro 2003
Italia	21.503.088	264
Francia	23.810.611	353
Spagna	12.954.888	244
Regno Unito	24.592.000	264
Germania	38.700.000	199
Media	Totale: 121.560.580	258

Fonti: FPS, Cetelem

Intenzioni d'acquisto

Percentuale di intervistati che dichiarano l'intenzione di acquistare, sicuramente o probabilmente, i beni citati nei 12 mesi successivi all'intervista.



Fonti: Cetelem - Findomestic Banca



È vietata la riproduzione, anche parziale con qualunque mezzo effettuata, comprese le fotocopie, se non autorizzata.