

## METODOLOGIA

|                                |   |
|--------------------------------|---|
| <b>tipologia d'indagine</b>    | indagine continuativa ad hoc  |
| <b>modalità di rilevazione</b> | interviste telefoniche (sistema C.A.T.I.) su questionario strutturato della durata di circa 15 minuti |
| <b>universo di riferimento</b> | popolazione italiana maggiore di età  |
| <b>campione</b>                | 8.000 contatti per ogni singola rilevazione   |
| <b>rilevazioni</b>             | giugno e gennaio (ultima rilevazione: gennaio 2009)   |

## AGLI ESTREMI DEI PREZZI

Prosegue la contrazione delle vendite di cucine di fascia “media”, particolarmente accentuata al Nord: ma il mercato futuro potrebbe essere movimentato da nuove utenze

Il mercato delle cucine componibili che nel 2008 ha subito una contrazione nel giro d'affari (-9%) registra un andamento tendenziale “a clessidra”:

- in crescita dal 2005 al 2008 il segmento di alto valore (più di 10.000 euro) e simmetricamente quello di valore più basso (fino a 3.000 euro);

- in contrazione le fasce di prezzo “centrali”, in particolare quella tra i 3.000 e i 6.000 euro che diminuisce il proprio peso relativo dal 53% del 2005 al 46% del 2008.

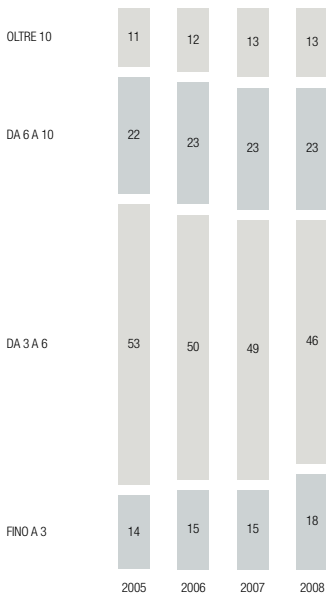
## CONSUMI DIVARICATI E CANALI COMPETITIVI

Questo fenomeno, riscontrabile anche in altri settori di beni durevoli, si spiega con le di-

## LE FASCE DI PREZZO IN TREND PER L'UTENZA 2005-2008

PREZZO PAGATO DICHIARATO (EURO/MILLE)

il prezzo dichiarato include gli elettrodomestici acquistati assieme alla cucina componibile



namiche in atto presso la popolazione in tema di consumi.

Da un lato, si registra la divaricazione tra le retribuzioni correlate alle posizioni lavorative, che aumenta in modo costante in Italia da qualche decennio, avvicinando il nostro paese al modello statunitense.

Dall'altro, è in atto la spinta commerciale di canali distributivi orientati a comprimere il prezzo finale anche tramite il taglio di servizi accessori, quali la progettazione e il montaggio (su tutti il modello Ikea).

## SOLUZIONI PER BUDGET DIVERSIFICATI

Il settore quindi appare ulteriormente segmentato verso soluzioni che possano incontrare le necessità del cliente offrendo una scelta di materiali, di modelli e di installazioni che incidono in modo rilevante sul prezzo finale dichiarato dagli acquirenti.

L'offerta sta adattando in questi anni la propria proposizione offrendo in modo sempre più trasparente linee di prodotto rivolte a budget familiari di diversa capienza.

## AL NORD PIÙ ACQUISTI DI FASCIA ALTA

Osservando la distribuzione delle fasce di prezzo secondo le macroaree, si riscontra che nel Nord Italia (e in particolare nel Nord Est) si concentra l'acquisto di cucine componibili di fascia alta (14%) all'interno del segmento con un peso più rilevante sul giro d'affari complessivo, dato che il 44% del mercato si sviluppa nel Nord Italia.

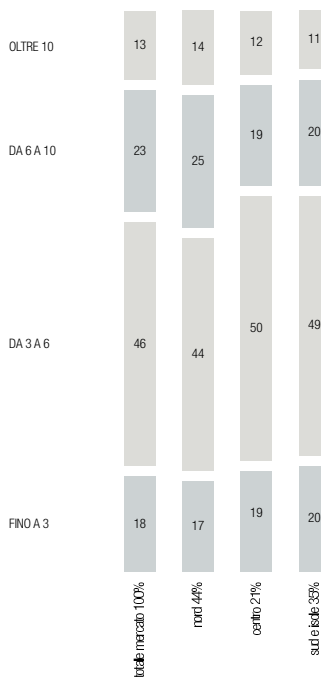
## CRESCE IL SEGMENTO BASSO AL CENTRO E AL SUD

Nel Centro, nel Sud e nelle Isole il fenomeno a clessidra precedentemente descritto è meno accentuato, con una prevalenza delle fasce medie e soprattutto una crescita maggiore del segmento basso (fino a 3 mila euro). La fascia di cucine acquistate a un prezzo superiore ai 10 mila euro rappresenta poco più di un decimo del fatturato delle rispettive zone, ma si evidenzia un trend in contrazione in particolare per quanto concerne il Centro Italia.

## LE FASCE DI PREZZO PER L'UTENZA ANALISI PER MACROAREE

PREZZO PAGATO DICHIARATO (EURO/MILLE)

il prezzo dichiarato include gli elettrodomestici



## STABILIZZAZIONE O CAMBIAMENTO?

La ripresa dei consumi, invocata e auspicata da più parti, potrebbe stabilizzare l'andamento a clessidra registrato in questi ultimi anni, sebbene nella società italiana si facciano largo nuove fasce di utenza (ad esempio i migranti) di cui l'offerta dovrà tenere conto non solo nelle politiche di prezzo, ma anche nelle soluzioni di arredamento richieste da culture e abitudini che possono divergere dal modello italiano.