

# Grassroots Research® Market Monitor

## Domanda di veicoli elettrici cinesi – Europa

Grassroots® Research è stata incaricata di intervistare concessionari auto in Francia, Spagna e Regno Unito che trattano marchi cinesi e altri marchi internazionali, al fine di comprendere eventuali cambiamenti nelle preferenze dei clienti tra veicoli elettrici e veicoli tradizionali con motore a combustione interna e valutare il potenziale di mercato dei veicoli elettrici cinesi in Europa.



Le fonti prevedono che le vendite di veicoli elettrici aumenteranno nel primo semestre 2025 rispetto al primo semestre 2024, con una crescita media del 10% in Francia, del 7% nel Regno Unito e del 6% in Spagna trainata dalla crescente disponibilità di nuovi modelli e da una maggiore accettazione e conoscenza dei veicoli elettrici.

I principali fattori presi in considerazione nella decisione di acquistare un veicolo elettrico includono un'autonomia di guida soddisfacente per l'85% in Spagna e il 45% in Francia, il prezzo per il 75% in Francia, il 60% nel Regno Unito e il 25% in Spagna, i costi di gestione relativamente bassi per il 60% nel Regno Unito e il miglioramento delle infrastrutture per il 50% in Spagna.

Tra le principali preoccupazioni che portano a non acquistare un veicolo elettrico figurano invece l'ansia da autonomia, indicata dal 90% dei rispondenti in Francia, dal 60% nel Regno Unito e dal 45% in Spagna, e le infrastrutture insufficienti per il 55% in Francia, il 40% in Spagna e il 40% nel Regno Unito.

Relativamente alla domanda sui veicoli elettrici cinesi, il 65% nel Regno Unito e il 40% in Spagna li considera mediamente affidabili, mentre il 40% in Francia li percepisce come al di sopra della media in termini di affidabilità. La qualità percepita è considerata nella media dal 60% nel Regno Unito e dal 55% in Spagna e al di sopra della media dal 45% in Francia, mentre la percezione delle dotazioni risulta al di sopra

## Trend di mercato analizzati:

- Domanda di veicoli elettrici cinesi – Europa
- Robot aspirapolvere – Europa
- Auto a guida autonoma – Stati Uniti
- Lancio globale di Nintendo Switch 2
- Impatto dei dazi statunitensi sugli esportatori cinesi

della media per il 60% nel Regno Unito e nella media per il 60% in Spagna e il 45% in Francia.

Guardando al futuro, il 60% degli intervistati nel Regno Unito, il 50% in Francia e il 45% in Spagna, non si aspetta un aumento significativo delle vendite di nuovi veicoli elettrici per almeno altri cinque anni. Ciò è dovuto al fatto che sono ancora necessari progressi in termini di infrastrutture, autonomia e tecnologia; i clienti hanno ancora bisogno di tempo per adattarsi al concetto di veicoli elettrici e si avverte la necessità di maggiore chiarezza e supporto da parte dei governi.

## Robot aspirapolvere – Europa

Per analizzare la penetrazione del mercato, i trend di crescita e il panorama competitivo dei robot aspirapolvere, Grassroots® ha intervistato i rivenditori di robot aspirapolvere in Spagna, Germania, Regno Unito, Svezia e Italia.

Secondo le fonti, la quota delle vendite di dispositivi aspirapolvere riconducibile ai robot aspirapolvere è pari al 60% in Svezia, al 23% in Spagna, al 20% in Italia, al 17% in Germania e al 2% nel Regno Unito. La penetrazione dei robot aspirapolvere è destinata ad aumentare in Svezia, Italia,

Regno Unito e Germania, mentre si prevede che rimarrà stabile in Spagna nei prossimi 12 mesi.

Il segmento di fascia media (da 300 a 750 euro) rappresenta la maggior parte delle vendite di robot aspirapolvere in tutti i mercati, a eccezione della Spagna dove la fascia bassa (da 200 a 300 euro o meno) costituisce in media il 75% delle vendite di robot aspirapolvere. Il segmento premium (750 euro o più) registra attualmente una penetrazione più elevata nel Regno Unito e in Germania, dove in media circa il 30% delle vendite di robot aspirapolvere rientra in questa fascia di prezzo.

Guardando al futuro, le aspettative di crescita delle vendite di robot aspirapolvere per il 2025 rispetto al 2024 sono ai massimi livelli nel Regno Unito (in media 34%, 48% e 12% rispettivamente per i segmenti di fascia bassa, media e premium), seguite dall'Italia (in media 10%, 21% e 9%, rispettivamente). Le aspettative di crescita delle vendite in Spagna e Svezia sono contenute, con una lieve crescita prevista nel segmento di fascia media a fronte di un lieve calo nel segmento di fascia bassa. In Germania, invece, si prevede una lieve crescita nel segmento premium.

## Auto a guida autonoma – Stati Uniti

Grassroots® ha intervistato una serie di esperti del settore dei trasporti e funzionari governativi negli Stati Uniti per raccogliere opinioni e aspettative sull'adozione delle auto a guida autonoma e dei robotaxi.

Secondo le fonti, le principali preoccupazioni legate alle auto a guida autonoma includono sicurezza/affidabilità/protezione, indicate dal 71% degli intervistati, cybersecurity e privacy, citate dal 24%, coinvolgimento della comunità, accettazione sociale e definizione di un quadro normativo, segnalate dal 12%, e generazione di ricavi, indicata dal 12%.

Una fonte ha commentato: "La sicurezza è ancora una preoccupazione, poiché dobbiamo assicurarci che ciò che viene messo su strada non rappresenti un pericolo per il pubblico, gli altri veicoli e gli altri utenti della strada, in particolare quelli più vulnerabili e i passanti. I dati di Waymo [Alphabet] indicano che i loro veicoli funzionano molto bene, mentre altri veicoli con livelli inferiori di automazione sono stati coinvolti in numerosi contrattempi e indagini. C'è stato un episodio con Cruise [General Motors] che merita un'attenta analisi e ha contribuito alla sospensione delle loro attività con robotaxi. Definisco la sicurezza in senso ampio, includendo non solo gli incidenti, ma anche il senso di protezione dei passeggeri: si sentono al sicuro su questi veicoli? Ci sono stati casi,

nel contesto della mobilità condivisa, in cui l'autista ha causato problemi, cosa che non può accadere se non c'è un conducente. D'altra parte, però, un autista potrebbe anche essere in grado di proteggere il passeggero".

Alla domanda sugli utilizzi ottimali delle auto a guida autonoma, il 69% che ha commentato ha indicato i servizi taxi come l'impiego più adatto, il 44% ha citato il trasporto merci, il 25% ha indicato, rispettivamente, i veicoli personali e i servizi navetta, il 19% ha segnalato l'utilizzo in spazi confinati come aeroporti, porti e stabilimenti industriali e alcuni hanno suggerito che sia il mercato a determinare quali impieghi risultino più validi.

Per quanto riguarda l'impatto in termini di vittime causate da auto a guida autonoma e robotaxi, il 50% di coloro che hanno commentato ritiene che le vittime siano moderatamente ridotte rispetto ai veicoli con conducente umano, il 25% afferma che siano significativamente ridotte, mentre il restante 25% sostiene che non ci siano ancora dati sufficienti per fare un confronto.

Una fonte ha dichiarato: "È impossibile rispondere a questa domanda basandosi sui dati attualmente disponibili. Le informazioni a nostra disposizione sono infatti insufficienti: gli esseri umani percorrono tremila miliardi di miglia all'anno, mentre i veicoli a guida autonoma hanno

raggiunto solo circa 100 milioni di miglia, pertanto non è possibile trarre conclusioni statisticamente significative, soprattutto in assenza di accesso ai dati grezzi. Alcune affermazioni delle aziende riguardo alla maggiore sicurezza dei loro veicoli rispetto ai conducenti umani non possono essere confermate con certezza statistica dati gli attuali numeri. Inoltre, le autostrade risultano più sicure per i veicoli a guida autonoma rispetto alle arterie principali in ambito urbano, rendendo quindi cruciale l'ambiente in cui i veicoli operano. Uno dei motivi del successo del trasporto merci su strada è proprio che avviene prevalentemente sulle autostrade, dove il rischio è inferiore rispetto alle aree urbane in cui, per esempio, opera Waymo".

In effetti, il 56% degli intervistati ha affermato che l'implementazione e la regolamentazione delle auto a guida autonoma e dei robotaxi sarebbero più efficaci se gestite a diversi livelli, ovvero federale, statale e municipale. Il 5% ha invece indicato come preferibile il solo livello federale, il 2% quello statale e l'1% quello regionale.

Guardando al futuro, tra l'80% di coloro che hanno commentato, il 65% prevede che entro il 2030 fino a 50 città americane avranno auto a guida autonoma e robotaxi, mentre il 36% stima tra 50 e 100 città. Per il 2035, il 43% prevede tra 100 e 500 città, il 36% tra 51 e 100, e il 21% 50 o meno.

## Lancio globale di Nintendo Switch 2

Per comprendere come rivenditori, distributori e partner della filiera si stanno preparando al lancio della console Nintendo Switch 2, Grassroots® ha intervistato una serie di fonti in Cina, Francia, Germania, Giappone, Regno Unito e Stati Uniti.

Il sentiment attuale dei clienti indica grandi aspettative per il lancio della Nintendo Switch 2, con fonti retail in Cina che hanno ordinato un volume superiore al consueto nel periodo di lancio iniziale per far fronte a una possibile domanda elevata. In Europa, invece, le previsioni sugli ordini per questo periodo si basano sulle vendite attuali e passate delle console Switch, mentre l'allocatione degli ordini per singolo punto vendita viene solitamente decisa a livello aziendale. I rispondenti negli Stati Uniti e in Giappone non hanno potuto esprimere un parere,

in quanto è ancora troppo presto per fare previsioni e si attendono dati più precisi dopo la presentazione in diretta di Nintendo Direct Switch 2, prevista per il 2 aprile.

Il 73% degli intervistati in tutti e sei i Paesi prevede di approvvigionare la maggior parte delle scorte immediatamente al lancio, rispetto al periodo delle festività, il 12% non ha un piano definito, il 9% prevede una suddivisione equilibrata e il 6% intende riservare maggiori scorte per le festività. Tra le fonti retail di tutti i Paesi si prevede un forte entusiasmo al momento del lancio e la maggior parte si aspetta di approvvigionare subito le scorte per massimizzare le vendite.

Per quanto riguarda le preoccupazioni legate all'inventario o potenziali criticità provenienti dal mercato in generale o da Nintendo stessa, il 35% in tutti e sei i Paesi ha dichiarato di non prevedere problemi lungo la catena di approvvigionamento, mentre il 32% non

si aspetta criticità nella distribuzione. Il 41% ha invece segnalato la possibilità di qualche difficoltà legata a carenze di inventario. In generale, la catena di fornitura risulta ben gestita, anche se si prevedono piccoli problemi nella distribuzione, principalmente dovuti alla competizione tra rivenditori e negozi ufficiali per le quote disponibili. Le carenze di inventario potrebbero effettivamente trasformarsi in problemi concreti se l'attuale interesse del mercato dovesse superare le aspettative al momento del lancio, in particolare in Cina, Germania e Stati Uniti.

Considerando il prezzo ipotizzato di circa 400 dollari, il 75% degli intervistati in tutti e sei i Paesi ritiene che i clienti accetteranno il costo e che la domanda rimarrà stabile. In generale, questo posizionamento di prezzo è considerato accessibile per la maggior parte dei consumatori appartenenti al ceto medio, che si prevede reagiranno positivamente grazie all'elevata notorietà del marchio Nintendo.

## Impatto dei dazi statunitensi sugli esportatori cinesi

Grassroots® ha commissionato una serie di interviste a manager di aziende manifatturiere in Cina per valutare l'impatto immediato dei dazi statunitensi sulle attività di esportazione.

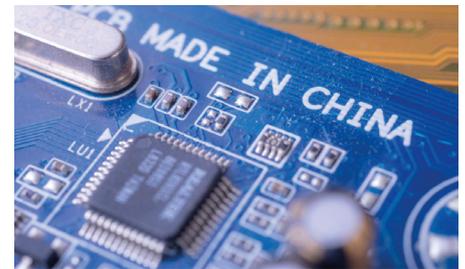
Dall'annuncio dei dazi da parte degli Stati Uniti, gli ordini di spedizione hanno registrato il maggiore impatto nei settori abbigliamento/calzature, elettrodomestici/elettronica e apparecchiature elettriche, poiché gli Stati Uniti rappresentano la principale destinazione di esportazione. L'impatto è invece minimo per le fonti attive nei componenti auto e moderato nel settore dei macchinari per l'edilizia, in quanto gli Stati Uniti sono diventati una destinazione di esportazione secondaria, sia attraverso canali diretti che indiretti.

Le azioni immediate intraprese in risposta ai dazi statunitensi, in tutti i settori tranne quello dei componenti auto, includono negoziazione dei prezzi, riduzione dei costi e sospensione della produzione. I rappresentanti del settore dei componenti

auto hanno invece dichiarato di monitorare l'evoluzione della situazione. In generale, si prevede che l'onere dei dazi venga ripartito per il 70% a carico dell'esportatore e per il 30% a carico del distributore.

La maggior parte delle fonti attive nei settori abbigliamento/calzature, elettrodomestici/elettronica e apparecchiature elettriche sta affrontando un'eccedenza delle scorte, mentre questo problema è meno rilevante per i settori dei componenti auto e dei macchinari per l'edilizia. Le conseguenze includono lo spostamento delle vendite verso altri mercati internazionali e mercati interni tramite promozioni sui prezzi, la sospensione della produzione futura e la riduzione dei costi operativi. In generale, meno del 50% dell'inventario in eccesso può essere assorbito da altri mercati di esportazione e dal mercato interno. Il volume aggiuntivo proveniente dalle esportazioni ha un impatto minimo sui prezzi interni per tutti i settori, a eccezione dell'abbigliamento/calzature, dove si prevede una concorrenza più aggressiva sui prezzi.

Nel medio termine (sei-dodici mesi), le azioni previste per mitigare l'impatto dei



dazi includono l'esplorazione di altri mercati esteri, come Sud America, Africa ed Europa dell'Est, la delocalizzazione degli impianti produttivi verso Paesi del Sud-est asiatico come Vietnam e Indonesia, l'introduzione di tecnologie più avanzate nei prodotti e l'ulteriore riduzione delle spese operative e di produzione.

In considerazione dell'incertezza e della continua evoluzione dei negoziati sui dazi, la maggior parte dei rispondenti ha dichiarato che un dazio del 10% è tollerabile, mentre un dazio del 25% è appena sostenibile, a condizione che i distributori condividano l'onere finanziario. Tutti hanno concordato che dazi superiori al 50% renderebbero insostenibile l'attività commerciale: la maggior parte ritirerebbe la propria presenza dal mercato statunitense.

### Grassroots Research®

Grassroots Research® è una divisione di Allianz Global Investors che si avvale di una rete globale di giornalisti investigativi, ricercatori sul campo, contatti settoriali e analisti interni per riuscire a individuare, prima di altri asset manager, importanti trend relativi a singoli titoli o settori.

Grazie a un'ampia varietà di strumenti di ricerca, Grassroots Research® raccoglie informazioni riguardanti i trend di mercato meno analizzati, il contesto competitivo e le prospettive di business a livello globale che oggi e in futuro potrebbero influenzare i nostri investimenti.

Grassroots Research® pubblica inoltre il Market Monitor, una newsletter trimestrale sugli studi di ricerca condotti.

Grassroots Research® svolge un'attività di ricerca innovativa e complementare a quella degli analisti settoriali globali di Allianz Global Investors, a riprova del nostro impegno ad andare oltre la ricerca fondamentale tradizionale, un aspetto essenziale del nostro approccio attivo agli investimenti. Andando direttamente alla fonte, Grassroots Research® mette a disposizione dei nostri professionisti degli investimenti approfondimenti puntuali, basati su attività di ricerca originali ed indipendenti, per aiutarli ad assumere decisioni di investimento per i nostri clienti in modo obiettivo e consapevole.

### Vantaggi:

- Oltre 30 anni di esperienza in attività di ricerca investigativa di mercato in tutto il mondo.
- Possibilità di sfruttare l'esperienza di reporter indipendenti e ricercatori "sul campo" per raccogliere le informazioni direttamente da fonti del "mondo reale".
- Strumenti tecnologici per interagire con i panel online di consumatori e imprese ed estrarre dati alternativi dal web.
- Continuo scambio di informazioni tra gli analisti di Grassroots Research® e i nostri professionisti degli investimenti
- Approfondimenti tempestivi sui principali argomenti di interesse grazie ai rapidi tempi di risposta.

### Metodologia:

- Ogni studio ha l'obiettivo di rispondere a domande specifiche di gestori e analisti di AllianzGI su argomenti chiave che possono influenzare l'andamento di titoli e mercati.

### Risorse:

- Accesso a milioni di consumatori in oltre 60 Paesi attraverso specifici panel online di consumatori e imprese.
- Oltre 50.000 contatti di settore in tutto il mondo nei più svariati ambiti di attività, tra i quali consumi, tecnologia, farmaceutico, materiali, industriali, energia e società finanziarie.
- Oltre 300 ricercatori sul campo conducono ricerche di mercato quantitative tra i consumatori.
- Oltre 60 reporter intervistano gli esperti di settore.
- 10 collaboratori interni a San Francisco, Francoforte e Hong Kong.

### Risultati:

- In media oltre 30 studi proprietari su società/settori ogni mese.

# Grassroots Research®

**Research Specialist Grassroots  
Jasmine Breiding**

Grassroots® Market Monitor is published quarterly by Grassroots Research®, a division of Allianz Global Investors.

Bockenheimer Landstraße 42-44  
60323 Frankfurt am Main, Germany

email: [grassroots@allianzgi.com](mailto:grassroots@allianzgi.com)

online: <https://www.allianzgi.com/en/capability-landing/about-grassroots-research>

Le informazioni contenute in questo documento sono a scopo meramente illustrativo e non devono essere considerate alla stregua di previsioni, ricerche o consigli di investimento, né di una raccomandazione ad adottare alcuna strategia di investimento.

Grassroots Research® è una divisione di Allianz Global Investors che commissiona ricerche di mercato per professionisti del risparmio gestito. I dati di ricerca utilizzati per i rapporti Grassroots Research® provengono da ricercatori e analisti sul campo che operano come fornitori di ricerca terzi indipendenti. Suddetti rapporti potrebbero essere pagati, per quanto consentito in base alle leggi applicabili, attraverso le commissioni generate dalle transazioni eseguite per conto dei clienti.

Riteniamo che queste fonti di informazione siano affidabili e forniamo tali informazioni in buona fede, ma non ne garantiamo l'accuratezza e la completezza. Non abbiamo l'obbligo di aggiornare, modificare o variare questo documento né di comunicare eventuali variazioni delle informazioni ivi presentate che potrebbero, pertanto, diventare imprecise. Inoltre, potrebbero essere disponibili informazioni che non sono presentate in questo documento. Non ci assumiamo alcuna responsabilità per eventuali perdite o danni diretti o indiretti derivanti dall'utilizzo delle informazioni contenute nel presente documento. Noi e le nostre collegate, dirigenti, impiegati o clienti potremmo eseguire o aver eseguito operazioni per nostro o loro proprio conto nei titoli citati in questo documento o in strumenti correlati. Il presente documento non può essere copiato, fotocopiato o duplicato, in alcuna forma o mezzo, né ridistribuito senza il nostro preventivo consenso. L'investimento implica dei rischi. Il valore di un investimento e il reddito che ne deriva possono aumentare così come diminuire e, al momento del rimborso, l'investitore potrebbe non ricevere l'importo originariamente investito. Le informazioni e le opinioni espresse nel presente documento, soggette a variare senza preavviso nel tempo, sono quelle della società che lo ha redatto o delle società collegate, al momento della redazione del documento medesimo. I dati contenuti nel presente documento derivano da fonti che si presumono corrette e attendibili al momento della pubblicazione del documento medesimo. Si applicano con prevalenza le condizioni di un'eventuale offerta o contratto che sia stato o che sarà stipulato o sottoscritto. Il presente documento è una comunicazione di marketing emessa da Allianz Global Investors GmbH, [www.allianzgi.it](http://www.allianzgi.it), una società di gestione a responsabilità limitata di diritto tedesco, con sede legale in Bockenheimer Landstrasse 42-44, 60323 Francoforte sul Meno, iscritta al Registro Commerciale presso la Corte di Francoforte sul Meno col numero HRB 9340, autorizzata dalla BaFin ([www.bafin.de](http://www.bafin.de)). Allianz Global Investors GmbH ha stabilito una succursale in Italia, Allianz Global Investors GmbH, Succursale in Italia, via Durini 1 - 20122 Milano, soggetta alla vigilanza delle competenti Autorità italiane e tedesche in conformità alla normativa comunitaria. È vietata la duplicazione, pubblicazione o trasmissione dei contenuti del presente documento in qualsiasi forma; salvo consenso esplicito da parte di Allianz Global Investors GmbH. Documento illustrativo di approfondimento che non costituisce offerta al pubblico di prodotti/servizi finanziari.