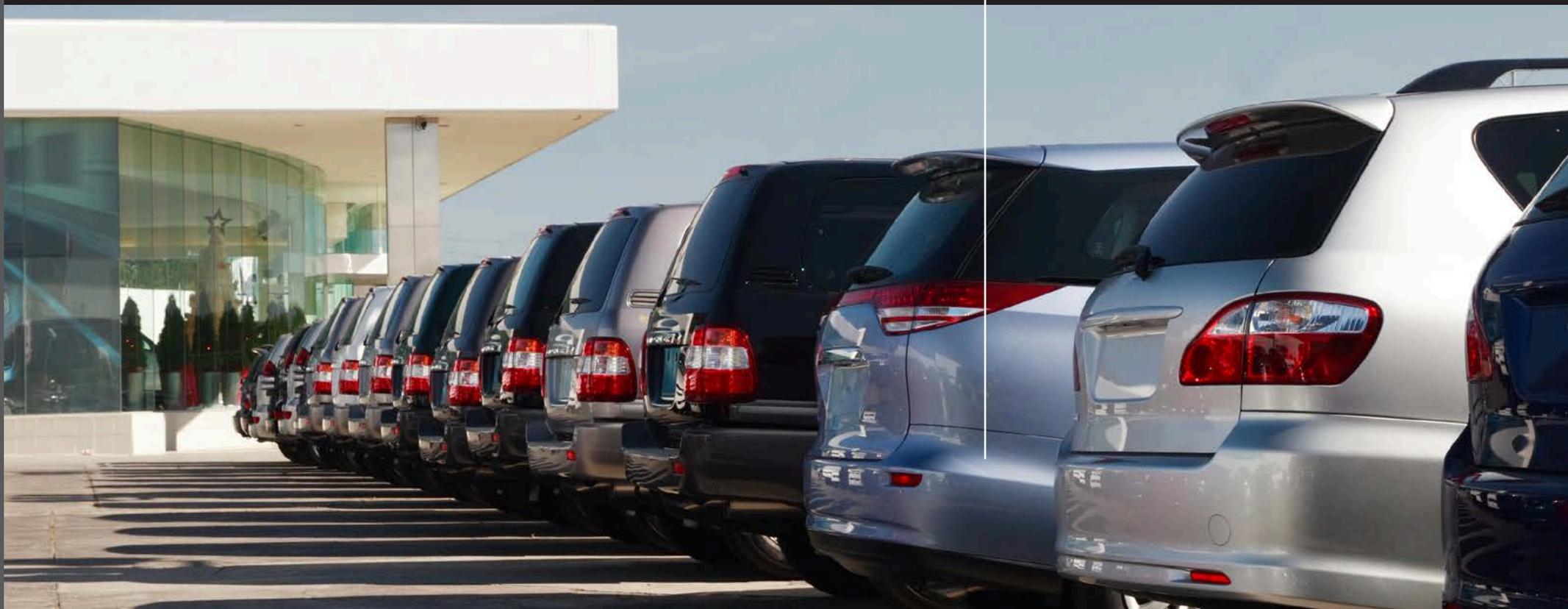


# L'OSSERVATORIO FINDOMESTIC 2022

IL MERCATO AUTO E LE NUOVE TENDENZE DI CONSUMO

## SUV: AMORE E ODIO





Il settore automobilistico attraversa una crisi profonda, una crisi che ha colpito l'intero settore, dalle case automobilistiche ai produttori di componenti, per non parlare dei concessionari, che costituiscono anch'essi un'importante fonte di impiego. La crisi del mondo automotive, causata inizialmente da una pandemia che ha costretto le fabbriche a fermarsi e i concessionari a chiudere, ruota attorno ai problemi della catena di approvvigionamento della componentistica elettronica. Il settore automobilistico, che in precedenza ha manifestato delle difficoltà causate da un eccesso di offerta, si trova adesso a far fronte a una crisi senza precedenti dovuta alla carenza di veicoli! Ciò ha comportato lunghi tempi di consegna, la fornitura di veicoli meno equipaggiati e dalle prestazioni inferiori e una riduzione dell'orario di lavoro presso gli impianti di produzione.

È difficile prevedere quando torneremo alla normalità e se questi disagi continueranno anche nel 2022. Nel frattempo, non sorprende constatare come i produttori si siano concentrati sulla produzione di veicoli in grado di generare margini più elevati e, tra questi, i SUV rappresentano l'esempio più calzante.

L'edizione 2022 dell'Osservatorio Findomestic dedicata all'auto e coordinata a livello internazionale da BNP Paribas Personal Finance si concentra proprio sui SUV.

Questi veicoli sono spesso fonte di controversie. Tuttavia, nonostante l'acceso dibattito sul loro impatto ambientale, i SUV hanno avuto un successo incredibile. Quasi sconosciuti appena 15 anni fa, adesso sono onnipresenti e rappresentano quasi il 40% delle vendite.

Quali sono le motivazioni alla base del successo dei SUV? È innegabile che si tratti di veicoli molto popolari, che soddisfano alcune tra le più sentite esigenze degli automobilisti. E i risultati di questo studio, condotto all'interno dei principali mercati automobilistici di tutto il mondo, confermano come i SUV siano da considerarsi oggi un segmento con un futuro luminoso.

## PARTNER & METODOLOGIA

Le analisi e le previsioni economiche e di mercato sono state realizzate in partenariato con la società di ricerche e consulenza **C-Ways**.

Le interviste sono state condotte da **Harris Interactive dal 3 al 20 settembre 2021 in 17 paesi**: Belgio, Brasile, Cina, Francia, Germania, Italia, Giappone, Messico, Paesi Bassi, Norvegia, Polonia, Portogallo, Sudafrica, Spagna, Regno Unito, Stati Uniti e Turchia, per un totale di 11.000 persone intervistate online (modalità di raccolta dati CAWI). Gli intervistati hanno un'età dai 18 ai 65 anni e rappresentano campioni nazionali rappresentativi di ciascun paese.

### 1

#### SUV: TRE LETTERE CONTROVERSE

Un veicolo dall'identità incerta	5
Un'immagine che varia geograficamente	8
Avere un SUV fa la differenza	11
Un bersaglio per critiche diffuse	14

### 2

#### SUV: UNA SENSAZIONALE STORIA DI SUCCESSO

Un portabandiera del mercato	19
Un appeal di ampio respiro	23
L'opzione elettrica allevia alcune tensioni	28
L'attuale successo è destinato a proseguire	31

#### EPILOGO

Schede informative su ciascun Paese	35
-------------------------------------	----

1

SUV:

TRE LETTERE CONTROVERSE



Spesso un acronimo nasconde parole e concetti. Tuttavia, questo non vale per il termine «SUV». Queste tre lettere, infatti, hanno lasciato molto rapidamente il segno nel mondo automobilistico. Eppure, a ragione o a torto, sono al centro di molte discussioni non sempre basate su argomenti razionali.

## UN VEICOLO DALL'IDENTITÀ INCERTA

### TRE LETTERE CON MOLTEPLICI SIGNIFICATI

Quando un acronimo diventa un nome comune, è spesso una prova del suo successo. Il termine SUV rappresenta l'esempio perfetto. Nel giro di quattro decenni, è diventato un termine così ampiamente diffuso nel mondo che quasi ci si dimentica che cosa significano le lettere.

Per cui, vale la pena ricordare che «SUV» sta per «Sport Utility Vehicle», ossia «Veicolo utilitario sportivo». Dietro questo acronimo c'è un vortice semantico che nasconde considerazioni di ogni genere. Il significato delle parole stesse varia a seconda del Paese in cui vengono utilizzate. In senso più letterale, «utilitario» fa riferimento alla natura pratica e utilitaristica di un veicolo di questo tipo, mentre «sportivo» si riferisce più alle attività ricreative all'aria aperta che alla natura sportiva o alle prestazioni dell'auto.



#### LA NOSTRA DEFINIZIONE DI SUV

Per questo sondaggio, ci siamo basati su una definizione abbastanza ampia in modo da rispecchiare la realtà e le diverse sfumature comprese all'interno del segmento SUV. Oggi, viene considerata un SUV – abbreviazione di «Veicolo utilitario sportivo» (“Sport Utility Vehicle”) – qualsiasi auto il cui design ricordi quello di un fuoristrada sportivo. Sebbene questa sia una categoria piuttosto diversificata, determinate caratteristiche sono comuni a tutti i SUV: un'altezza da terra e una posizione di guida elevate, con una postura più alta e più spazio interno rispetto agli altri veicoli di dimensioni simili. E sebbene non si tratti di una caratteristica generalizzata, alcuni SUV offrono l'opzione di guida a quattro ruote motrici o un'elevata capacità di traino.

#### ORIGINI INCERTE

Il termine SUV sembra essere antecedente ai veicoli a cui fa riferimento oggi e viene utilizzato negli Stati Uniti fin dal 1940. Infatti, la jeep americana Willys, ampiamente considerata come il precursore del SUV moderno, circolava già per le strade dell'Europa durante la Seconda Guerra Mondiale. Per trovare il primo antenato del SUV, si potrebbe tornare al 1935 e tirare fuori dalla notte dei tempi la Chevrolet Suburban Carryall. Dal punto di vista del marketing, il termine «Veicolo utilitario sportivo» ha iniziato il suo iter semantico, che lo ha poi portato a entrare nel linguaggio comune, in un opuscolo sulla Jeep Cherokee 1974.

Difficile se non impossibile stabilire quale veicolo sia stato il primo di una lunga fila di SUV. La Jeep Wagoneer, la Range Rover, la Toyota RAV4 e la Suzuki Vitara sono state tutte dei trampolini di lancio che hanno preceduto la nascita di auto come la Volvo XC e la Nissan Qashqai negli anni 2000. Va detto, poi, che a complicare il riconoscimento di un SUV contribuisce un'offerta ampia di veicoli diversi dai SUV ma con l'opzione di guida a quattro ruote motrici e la presenza sul mercato di berline rialzate simili ai SUV ma non appartenenti a questa categoria perché più leggere e aerodinamiche e quindi anche più efficienti in termini di consumi.

#### UNA VARIETÀ DI DESIGNAZIONI

Per complicare ulteriormente la questione, le case automobilistiche hanno rimosso le tre lettere dal retro dei loro veicoli e si sono lanciate a capofitto in un processo di *brainstorming* creativo per assegnare nuove definizioni a veicoli con caratteristiche simili a quelle dei SUV. Per cui adesso abbiamo i crossover, i veicoli che ai media piace chiamare falsi 4x4 e persino gli Sports Activity Vehicle.

**DIFFICILI DA RICONOSCERE DALLA CARROZZERIA**

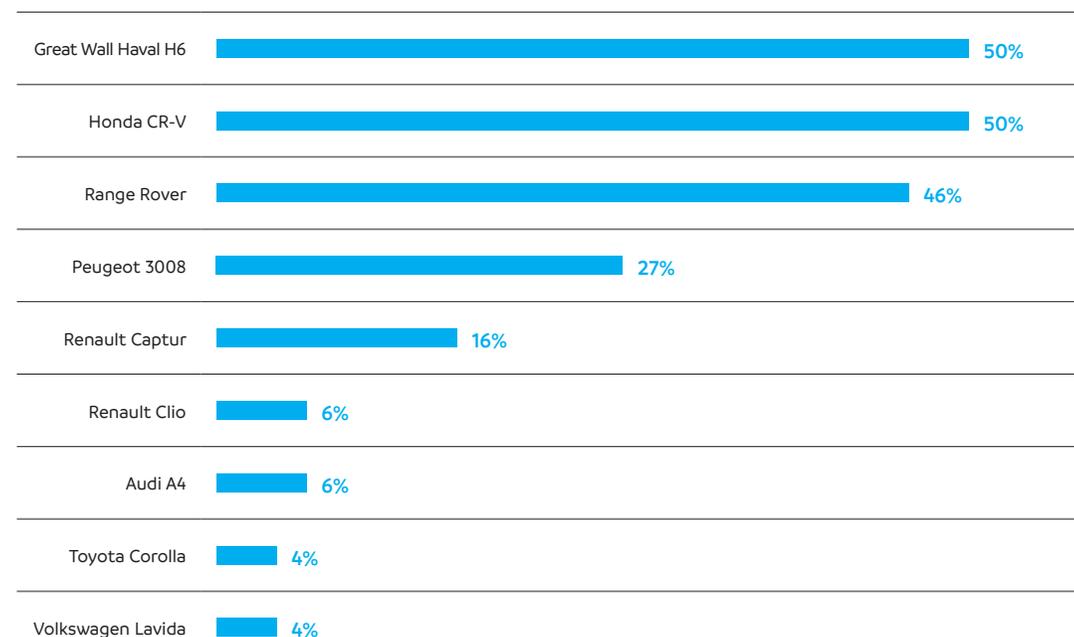
Gli automobilisti intervistati per l'edizione 2022 dell'Osservatorio Findomestic dedicato all'auto confermano l'ambiguità che circonda il concetto di SUV. Abbiamo chiesto loro di individuare quali delle sagome dei 9 modelli di auto elencati nel grafico (Fig. 1) appartenessero a un SUV.

Se, da una parte, gli intervistati non hanno avuto difficoltà a riconoscere le berline (più di 9 intervistati su 10 hanno correttamente individuato le sagome appartenenti a questa tipologia di auto), dall'altra, quando si è trattato di identificare i SUV, l'esito è stato decisamente meno positivo.

Infatti, mentre 1 intervistato su 2 ha selezionato la Great Wall Haval, la Honda CRV e la Range Rover come SUV, solo un quarto degli intervistati ha selezionato la Peugeot 3008. E solo il 16% degli intervistati ha pensato che la sagoma della Renault Captur ricordasse quella di un SUV.

**Fig. 1****A Suo parere, quale di questi veicoli è un SUV?**

Sono possibili più risposte. Percentuale degli intervistati che hanno selezionato ciascun modello.





## UN'IMMAGINE CHE VARIA GEOGRAFICAMENTE

### SPESSE GLI AUTOMOBILISTI CREDONO ERRONEAMENTE DI POSSEDERE UN SUV

Come abbiamo visto, cercare di riconoscere un veicolo esclusivamente in base alla sua sagoma può essere difficile. Tuttavia, le risposte fornite dagli automobilisti quando è stato chiesto loro se possiedono un SUV sono ancora più indicative della confusione intorno a questi veicoli e alla loro identificazione (**Fig. 2**).

Nel complesso, solo il 5% degli intervistati che non ritengono di possedere un SUV si sbaglia. Tuttavia, il 45% degli intervistati crede erroneamente di possedere un SUV.

Questi risultati variano al variare della zona geografica in cui sono state effettuate le rilevazioni. Ad esempio, gli intervistati in Brasile, Messico e Turchia, tre Paesi con economie emergenti, sono più soggetti all'errore (68%, 62% e 61%, rispettivamente). La Polonia segue a stretta distanza, sempre con un elevato numero di risposte errate (58%). Al contrario, pochi automobilisti hanno risposto erroneamente in Paesi europei come Italia, Norvegia e Francia (22%, 30% e 34%). Anche gli Stati Uniti, il Paese di origine del SUV, possono vantare un tasso di errore relativamente basso (29%).

Fig. 2

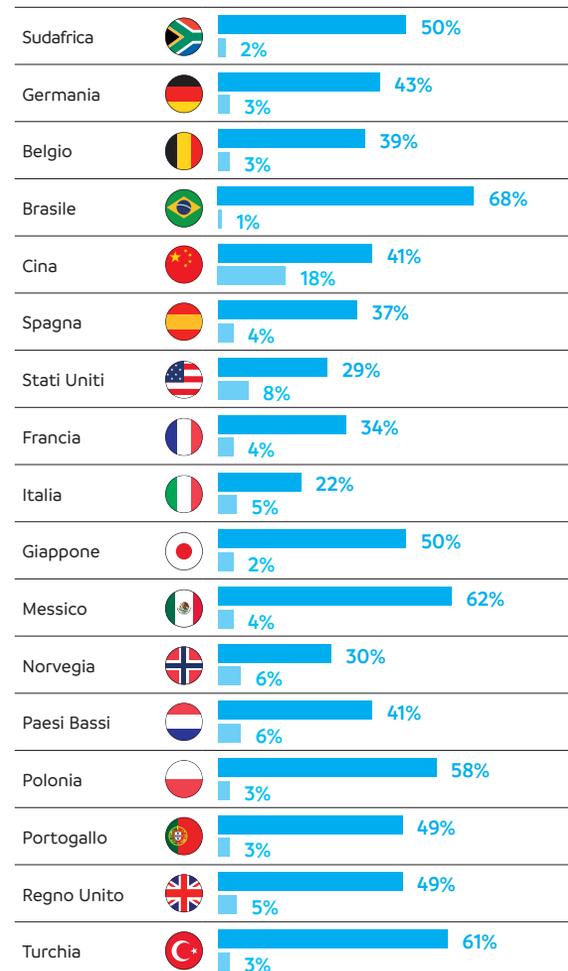
### Percentuale di proprietari di veicoli che hanno risposto erroneamente alla domanda sul tipo di veicolo che possiedono

Solo una risposta possibile.

Base di intervistati: proprietari di un veicolo.

- Percentuale di intervistati che ritengono erroneamente di possedere un SUV
- Percentuale di intervistati che non ritengono erroneamente di possedere un SUV

MEDIA NEI  
17 PAESI  
45%  
5%



### IL RAPPORTO QUALITÀ-PREZZO È UN ARGOMENTO DI VENDITA ESSENZIALE NEI PAESI EMERGENTI

Si può osservare una dicotomia geografica simile tra i Paesi emergenti e occidentali quando si tratta di sostenere che i SUV offrano un buon rapporto qualità-prezzo. A pensarla così sono soprattutto gli intervistati sudafricani e messicani, con risposte quasi unanimi (93% e 90%) (Fig. 3). Seguono Turchia, Cina, Polonia, Stati Uniti e Brasile, dove quasi 8 automobilisti su 10 apprezzano il rapporto qualità-prezzo offerto dai SUV.

### UNA VARIETÀ DI USI

I luoghi in cui le persone utilizzano prevalentemente le loro auto fanno emergere diversità importanti tra i possessori di SUV delle nazioni occidentali e quelli degli altri Paesi presenti nel sondaggio. Al di fuori dell'Europa, i SUV si guidano soprattutto in città o nelle aree urbane (58%) (Fig. 4). Gli intervistati brasiliani e cinesi sono, per distacco, i più propensi a utilizzare il loro veicolo in questo modo (83% e 72%). Al contrario, l'utilizzo dei SUV in Europa tende a essere molto meno concentrato in città e nell'immediata periferia (34%). In Belgio e nei Paesi Bassi, due Paesi caratterizzati da una predominanza di ciclisti nelle città, solo il 16% e il 20%, rispettivamente, degli intervistati che guidano i SUV utilizza questi veicoli in ambienti urbani. Nel corso del sondaggio osserveremo che spesso le differenze geografiche determinano le opinioni delle persone in merito ai SUV.

Fig. 3

**Ritiene che i SUV offrano un buon rapporto qualità-prezzo?**

Solo una risposta possibile. Percentuale degli intervistati che hanno risposto "Sì, abbastanza" o "Sì, assolutamente".

MEDIA NEI 17 PAESI **72%**

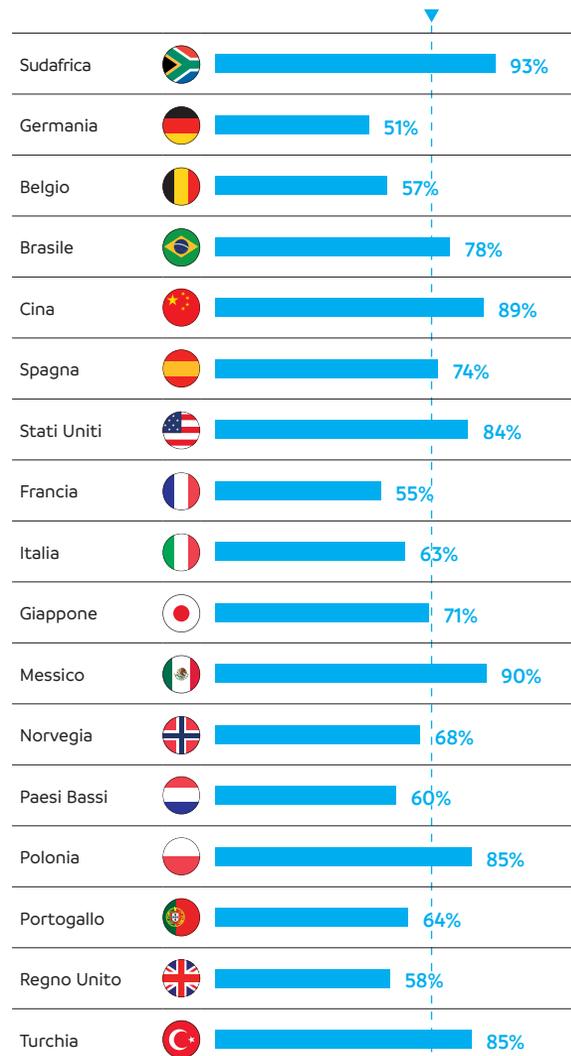
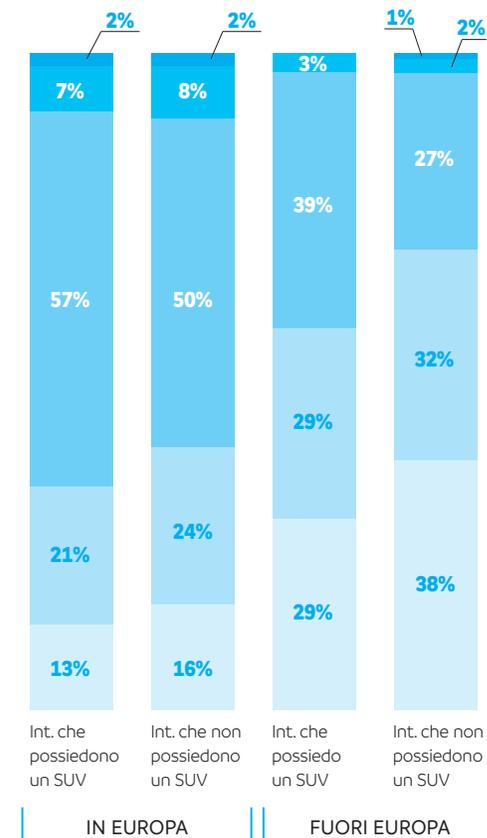


Fig. 4

**In che modo utilizza il Suo veicolo?**

Solo una risposta possibile. Base degli intervistati: proprietari di un veicolo

- Quasi esclusivamente in aree rurali
- Soprattutto in aree rurali
- Sia in aree urbane che rurali
- Soprattutto in città
- Quasi esclusivamente in città, in un ambiente urbano





## AVERE UN SUV FA LA DIFFERENZA

### UN IMPATTO NEGATIVO AGLI OCCHI DI COLORO CHE NON POSSIEDONO UN SUV

Fin dalla loro nascita, ma in particolare da quando la loro folgorante ascesa ha scosso l'industria automobilistica, i SUV sono stati oggetto di molte critiche. Che si tratti del loro impatto ambientale, del pericolo che comportano per i pedoni o della loro grossa mole e dello spazio che occupano nelle strade, è facile trovare dei difetti in questi veicoli.

In questo senso, la differenza d'opinione tra i proprietari dei SUV e coloro che non possiedono un veicolo di questo tipo è particolarmente significativa. Circa 2 intervistati su 3, tra coloro che non sono proprietari di un SUV, ritengono che queste critiche siano giustificate.

Questa opinione è predominante soprattutto nel Regno Unito e in Germania (84% e 80%), mentre i cittadini messicani e spagnoli che non guidano un SUV mostrano una maggiore tolleranza (51% e 55%) **(Fig. 5)**. Solo 1 proprietario di SUV su 2 ritiene, invece, che le critiche siano giustificate, e gli intervistati americani, francesi e spagnoli sono quelli meno propensi a esprimere questo parere (41%, 42% e 43%).

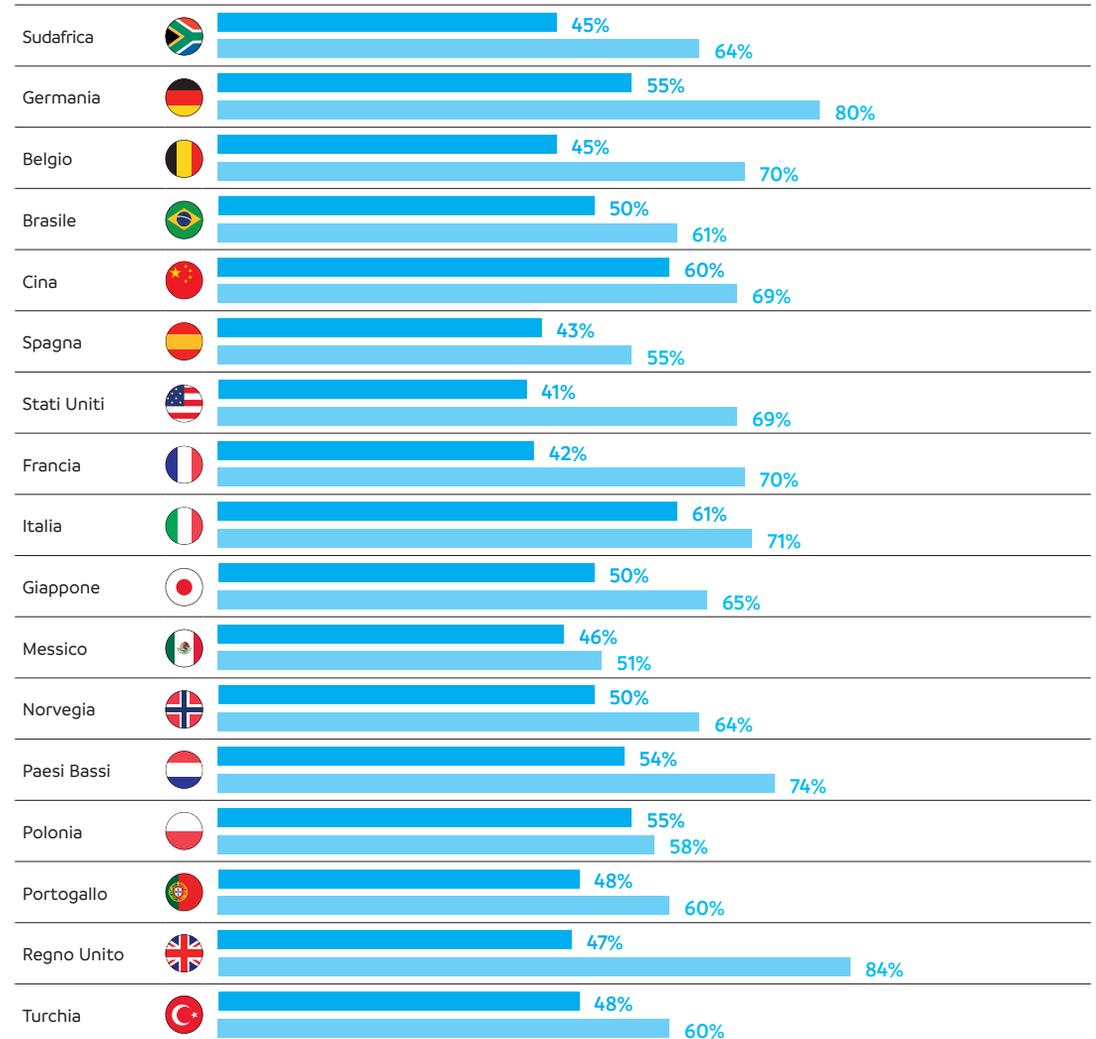
Fig. 5

I SUV sono oggetto di critiche di qualsiasi genere (impatto ambientale, dimensioni, pericolo che comportano per i pedoni). A Suo parere, queste critiche sono giustificate?

Solo una risposta possibile. Percentuale di intervistati che ha risposto "Abbastanza giustificate" o "Assolutamente giustificate".

- Intervistati che possiedono un SUV
- Intervistati che non possiedono un SUV

MEDIA NEI 17 PAESI  
50%  
66%



### SOLO UNA MODA DEL MOMENTO

Gli intervistati che non possiedono un SUV sono critici anche quando si tratta di indicare i motivi per cui le persone acquistano questo tipo di veicoli. Le loro principali critiche ruotano attorno all'idea che questa sia una scelta alquanto frivola e narcisistica. A loro parere, il motivo principale per cui le persone acquistano un SUV è quello di seguire una moda (Fig. 6). Il 43% degli intervistati che non possiedono un SUV ha questa opinione e la percentuale è ancora più elevata tra le persone di età superiore a 55 anni (52%). Questo è un fattore menzionato da quasi la metà degli intervistati in Portogallo, Francia e Germania. Al contrario, solo un quarto degli intervistati americani concorda su questo punto.

Oltre a credere che i proprietari di un SUV stiano semplicemente seguendo una moda, gli intervistati che non possiedono un veicolo di questo tipo sospettano anche che i proprietari di un SUV vogliano distinguersi dalla massa, un'opinione, quest'ultima, espressa da più della metà dei partecipanti al sondaggio polacchi e turchi, mentre solo 1 intervistato su 5 la pensa in questo modo in Giappone e Norvegia.

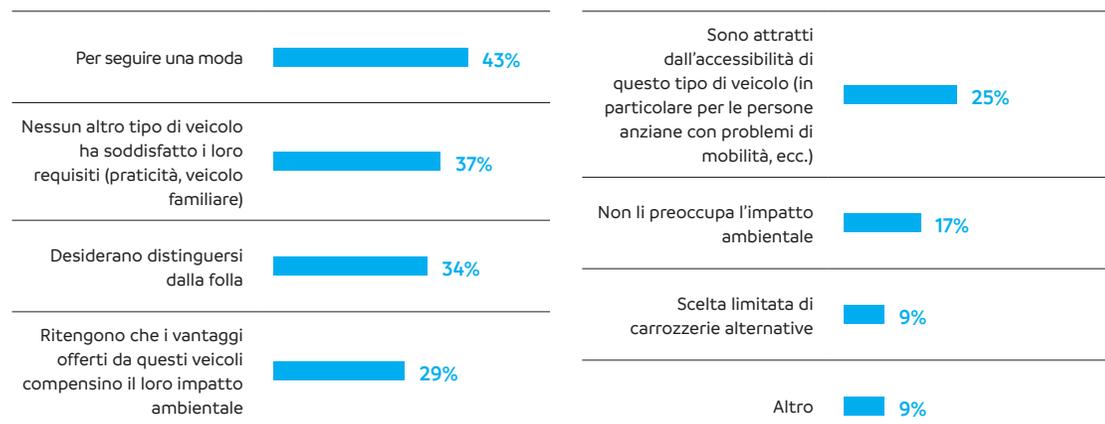
Tuttavia, in posizione intermedia tra queste due critiche c'è l'idea che i proprietari di SUV apprezzino la praticità di questo tipo di auto e che i SUV soddisfino le esigenze delle famiglie (37%).

Fig. 6

### Lei non possiede un SUV. A Suo parere, perché le persone acquistano un veicolo di questo tipo?

Tre risposte possibili. Base degli intervistati: proprietari di veicoli che hanno affermato di non possedere un SUV.

MEDIA NEI 17 PAESI





## UN BERSAGLIO PER CRITICHE DIFFUSE

### VEICOLI CONSIDERATI INQUINANTI, MA NON SEMPRE

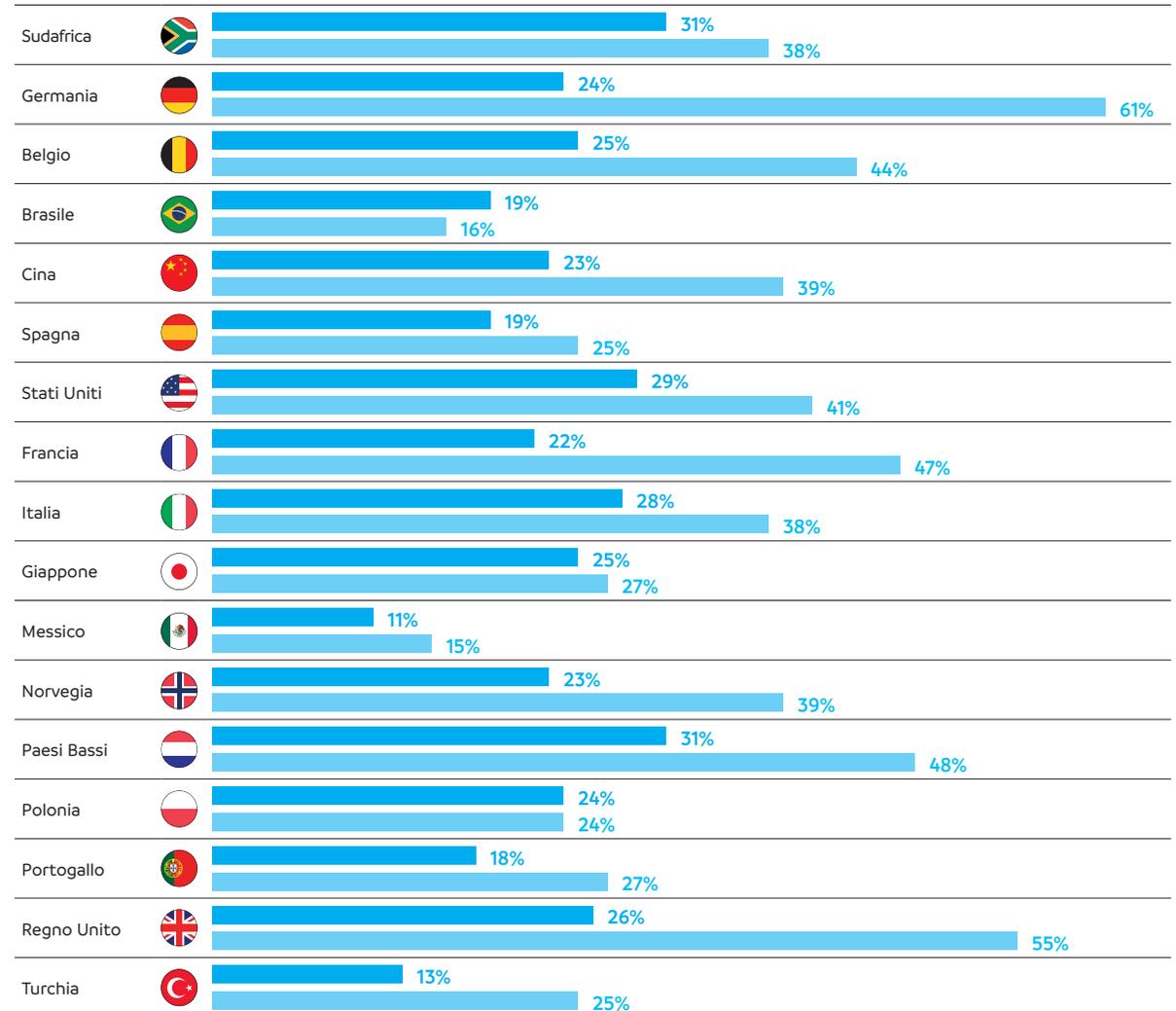
Un problema che sembra appiccicarsi ai SUV come la colla è quello dell'inquinamento. E anche per quanto riguarda questo argomento, la differenza tra gli intervistati proprietari di un SUV e quelli che non ne possiedono uno è netta. Il 36% degli intervistati che non possiedono un SUV ritiene che i SUV siano più inquinanti di qualsiasi altro tipo di veicolo (**Fig. 7**). E le opinioni diventano più polarizzate in base a dove vivono le persone. In prima fila tra gli intervistati che criticano i SUV a causa del loro impatto ambientale ci sono quelli che non possiedono un veicolo di questo tipo in Germania, Regno Unito, nei Paesi Bassi e in Francia, mentre gli intervistati nei Paesi emergenti esprimono nuovamente un'opinione abbastanza diversa. Anche i proprietari di SUV esprimono punti di vista divergenti, sebbene le stesse divisioni geografiche non siano evidenti. I proprietari di SUV olandesi e sudafricani sono i più critici (31%), mentre gli intervistati messicani e turchi sono meno propensi a esprimere questa opinione (11% e 13%).

Fig. 7

**Rispetto ad altri tipi di veicoli, ritiene che i SUV siano più inquinanti, meno inquinanti o né più né meno inquinanti?**

Solo una risposta possibile. Percentuale degli intervistati che hanno risposto "più inquinanti".

- Intervistati che possiedono un SUV
- Intervistati che non possiedono un SUV

**MEDIA NEI 17 PAESI**  
■ 23%  
■ 36%


### UN VEICOLO CHE ATTIRA LE CRITICHE DELLA SOCIETÀ

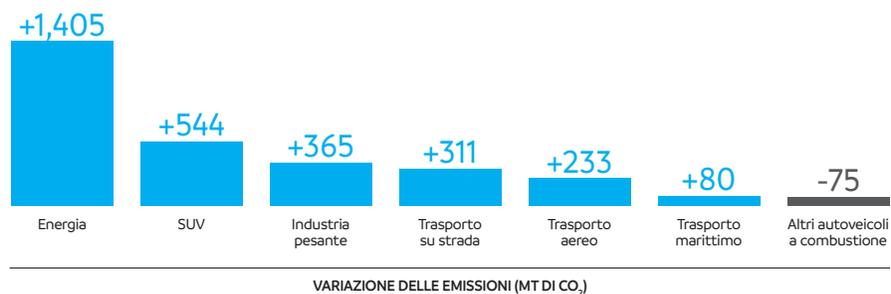
La questione ambientale è per distacco la linea di demarcazione più netta tra le fazioni pro- e anti-SUV. Il dibattito pubblico attorno ai SUV ha generato critiche costanti e regolari nei confronti di questi veicoli.

In base a uno studio dell'ottobre 2019 dell'Agenzia internazionale dell'energia, i SUV sono stati il secondo maggior contributore all'aumento delle emissioni globali di CO<sub>2</sub> a partire dal 2010, dietro la produzione di elettricità ma davanti all'industria pesante, al trasporto su strada e all'aviazione. Uno studio del World Wildlife Fund (WWF) è arrivato alla stessa conclusione. Tuttavia, questo risultato deve essere valutato considerando le diverse tipologie di SUV. L'impatto dei SUV americani, che sono più pesanti, più grandi, più potenti e anche meno aerodinamici rispetto alle loro controparti europee, è di gran lunga superiore.

Fig. 8 / Contesto

#### Variazione delle emissioni globali di CO<sub>2</sub> per settore, 2010-2018

L'aumento globale dei SUV sta complicando gli sforzi per ridurre le emissioni - World Energy Outlook 2019



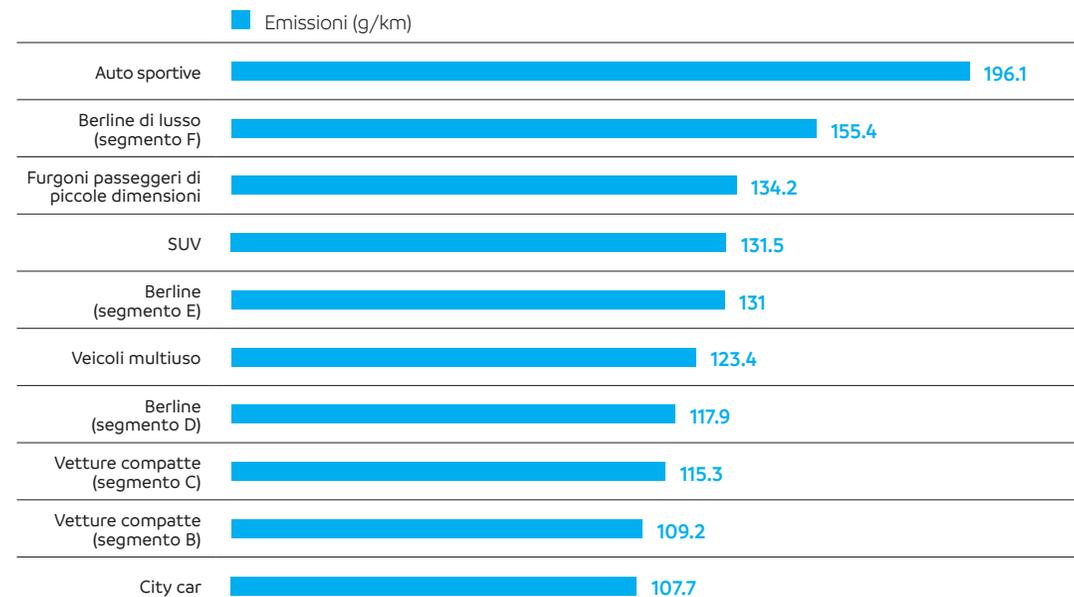
Fonte: IEA

Ma questo non è l'unico problema per cui il tema dei SUV è fonte di discordia. Le critiche sono indirizzate anche all'altezza e alle dimensioni complessive di questi veicoli che sono spesso causa di problemi in città, dove la loro presenza continua a crescere. Capita, infatti, che le corsie stradali e i parcheggi siano troppo piccoli per poter utilizzare i SUV senza difficoltà.

Un altro motivo di critica è l'aumento del rischio di incidenti. Uno studio AXA condotto in Svizzera nell'agosto 2020 ha dimostrato che più grande è un SUV, più cresce il rischio di essere coinvolti in un incidente.

Fig. 9 / Contesto

#### Media delle emissioni di CO<sub>2</sub> per segmento, in Europa nel 2019



Fonte: JATO

# I DATI SALIENTI

IL **45%**

degli intervistati che crede di possedere un SUV si sbaglia, rispetto al 5% di intervistati che non ritengono di possedere un SUV

**8 PROPRIETARI DI SUV  
SU 10**

apprezzano il rapporto qualità-prezzo offerto dai SUV

**6 PROPRIETARI DI SUV  
SU 10**

al di fuori dell'Europa, guidano le loro auto principalmente in città e nelle aree urbane

**1 PROPRIETARIO DI SUV  
SU 2**

ritiene che le critiche su questi veicoli siano giustificate, rispetto ai 2 intervistati su 3 che non possiedono un SUV

IL **23%**

dei proprietari di SUV ritiene che questi veicoli siano più inquinanti degli altri, rispetto al 36% di intervistati che non possiedono un SUV

**4 INTERVISTATI CHE NON  
POSSIEDONO UN SUV SU 10**

ritengono che chi acquista un SUV stia solo seguendo una moda

2

**SUV: UNA SENSAZIONALE  
STORIA DI SUCCESSO**



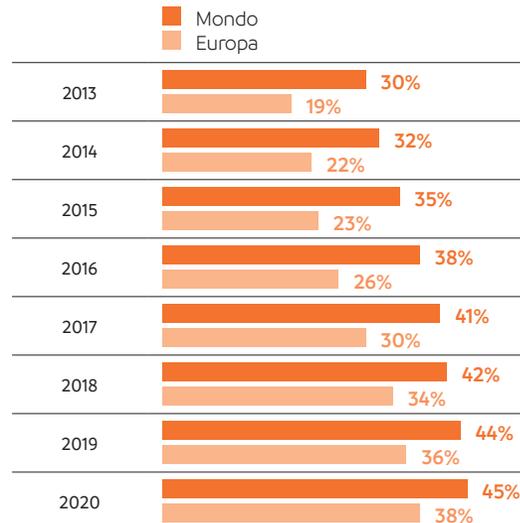
I SUV dividono l'opinione pubblica come nessun altro veicolo nella storia: generano un'opposizione chiara ed esplicita e scatenano un dibattito acceso. Come possiamo spiegarci, quindi, il loro incredibile livello di successo, che li ha portati ad essere il segmento principale sul mercato? Questo successo globale si è replicato in tutti i 17 Paesi che hanno partecipato a questo sondaggio e, in senso più ampio, in ciascuna nazione in cui vengono vendute auto. I SUV hanno un grande appeal e offrono vari vantaggi che attirano un numero sempre crescente di automobilisti. Nessuno avrebbe potuto prevedere il livello di popolarità di cui godono i SUV e il loro futuro sembra altrettanto luminoso, soprattutto se consideriamo come questi veicoli, spesso ritenuti troppo inquinanti, potrebbero beneficiare della transizione all'elettrico.

## UN PORTABANDIERA DEL MERCATO

### DOMINANZA GLOBALE

Oggi, la categoria dei SUV rappresenta il 45% delle vendite globali e il 38% delle vendite nell'Unione europea, dove la quota di mercato dei SUV è quasi raddoppiata dal 2013 (Fig.10). A livello globale, la crescita di questo segmento nello stesso periodo è stata meno impetuosa, ma si attesta comunque a un impressionante 50%.

Fig. 10 / Contesto

Variazioni della quota di mercato dei SUV  
in termini di vendite

Fonte: C-Ways, in base a enti settoriali e istituti di statistica nazionale.

Guidano la classifica gli Stati Uniti, un Paese che tendiamo ad associare ad auto di grandi dimensioni e ampi spazi aperti. I SUV rappresentano poco più della metà di tutte le vendite di auto negli Stati Uniti (52%) e il segmento è cresciuto del 50% in meno di un decennio. La Cina, in cui i SUV si sono assicurati una quota di mercato del 48%, è il secondo Paese in questa classifica dell'Osservatorio. Portogallo, Turchia, Brasile e Messico si trovano in fondo alla classifica (28%, 28%, 26% e 19%). In Italia, nel frattempo, la quota di mercato dei SUV è appena superiore alla media europea e si attesta al 40%. (Fig. 11).

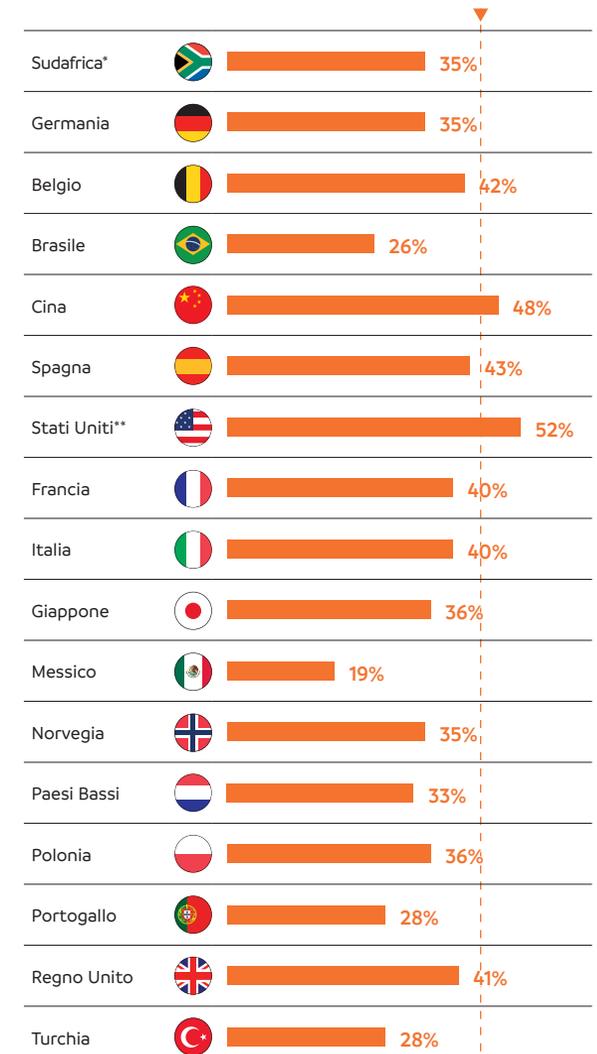


Fig. 11 / Contesto

Quota di mercato dei SUV in termini  
di vendite nel 2020MEDIA  
EUROPA 38%MEDIA  
MONDIALE 45%

\* Quota di mercato non consolidata del 2020.

\*\* Negli Stati Uniti, il mercato dei NPV comprende anche i camioncini pick-up.



Fonte: C-Ways, in base a enti settoriali e istituti di statistica nazionale.

### UN SUV PER TUTTE LE TASCHE

Anche senza raccogliere le opinioni degli automobilisti sui motivi di questa incredibile popolarità, una spiegazione è piuttosto ovvia. Nel corso del tempo, i SUV sono diventati disponibili in una gamma di prezzi ampia come quella delle berline. Quindi adesso abbiamo sia SUV economici che di lusso, e questo non era necessariamente prevedibile vista la natura di questi veicoli. Spesso considerati imponenti e ingombranti, i SUV adesso sono disponibili in tutte le dimensioni e soprattutto, come abbiamo appena evidenziato, a tutti i prezzi (Fig. 12). Mentre per una Dacia Duster o una Ssangyong Tivoli si possono pagare 14.000 €, una Rolls Royce Cullinan può costare 340.000 €. Tuttavia, occorre precisare che la maggior parte dei modelli viene venduta a un prezzo compreso tra 30.000 € e 40.000 €.

Fig. 12 / Contesto

#### Prezzo di listino dei SUV venduti in Francia nel 2021



Fonte: C-Ways, in base ai siti web delle case automobilistiche.

### I MARCHI ASSOCIATI AI SUV

Il fatto che i SUV siano disponibili in una gamma di prezzi così ampia si deve anche a uno dei principali fattori alla base del successo di questi veicoli: quasi tutte le case automobilistiche hanno fatto il loro ingresso in questo segmento di mercato.

Nella mente di molti degli intervistati dell'edizione 2022 dell'Osservatorio Findomestic dedicato all'auto, i SUV sono ancora associati al marchio Jeep. Effettivamente, questa azienda è in cima alla lista in 1 Paese su 2. Tuttavia non è così negli Stati Uniti, la casa di Jeep, dove questo marchio è stato sorpassato da Ford. E in termini di vendite globali, la Jeep Compass è «solo» al 16° posto.

Fig. 13 / Contesto

#### I 3 SUV più venduti al mondo nel 2020



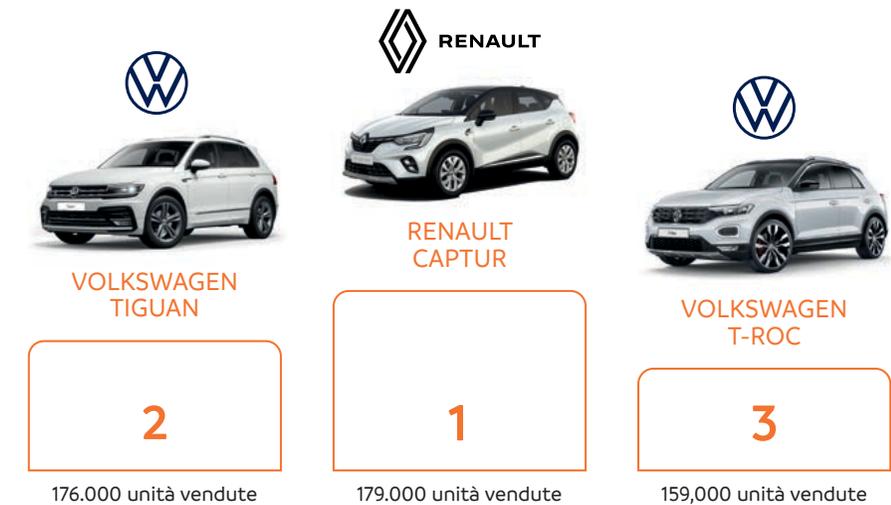
Fonte: Statista.

Un altro marchio che ottiene punteggi elevati in termini di riconoscimento è BMW. Con tre primi posti e otto secondi posti, il nome a tre lettere del marchio tedesco è fortemente associato alle tre lettere «SUV».

Toyota completa il podio dei marchi che incarnano meglio la categoria dei SUV, con due primi posti e vari terzi posti. Questo risultato esula da qualsiasi logica, in quanto la Toyota Rav 4 è stato il SUV più venduto al mondo nel 2019, con 950.000 veicoli venduti (fonte: IHS) (Fig. 13). A partire dal suo lancio nel 1994, sono state vendute più di 10 milioni di Rav 4.

Fig. 14 / Contesto

#### I 3 SUV più venduti in Europa nel 2020



Fonte: Statista.



## UN APPEAL DI AMPIO RESPIRO

### LE CARATTERISTICHE DISTINTIVE DEL SUV

A caratterizzare il design specifico dei SUV, secondo il 34% degli intervistati, è l'abitacolo spazioso (**Fig. 15**). Quasi 1 intervistato su 2 in Cina, negli Stati Uniti, in Sudafrica, in Brasile e in Portogallo cita questa caratteristica. È un'opinione che gli intervistati norvegesi, giapponesi, tedeschi, belgi e polacchi sono molto meno propensi a condividere.

La seconda caratteristica distintiva dei SUV, secondo gli automobilisti, è la carrozzeria rialzata (32% degli intervistati).

Gli intervistati italiani e tedeschi, insieme a quelli sudafricani e turchi, sono quelli più propensi a citare questa caratteristica, mentre i polacchi e i messicani, in particolare, non prestano particolare attenzione a questo aspetto (solo il 7% e il 14% degli intervistati lo fa).

Al terzo posto il senso di sicurezza che, secondo gli automobilisti, offrono i SUV, con una percentuale simile di intervistati che esprimono questa opinione (31%).

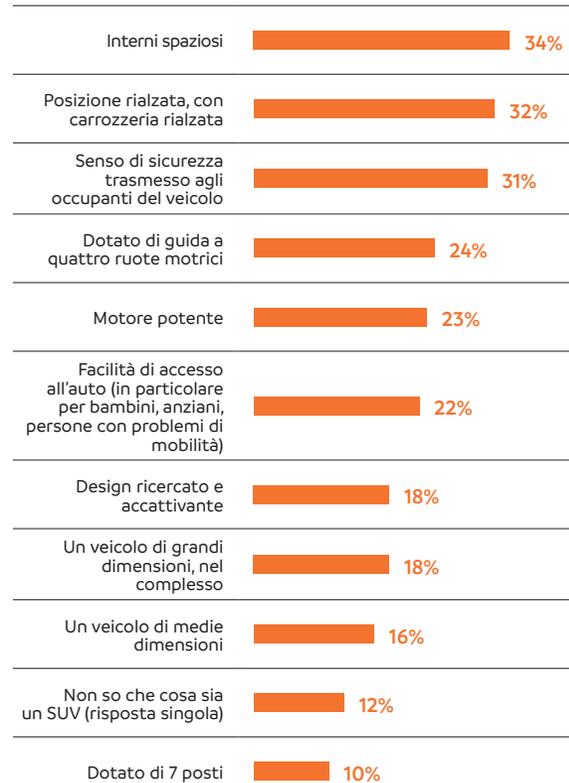
È interessante notare che la guida a quattro ruote motrici si colloca al quarto posto in classifica, nonostante il fatto che, al giorno d'oggi, si tratti di una caratteristica rara per un SUV.

Fig. 15

In base alle Sue conoscenze, quali caratteristiche definiscono meglio un SUV?

Tre risposte possibili.

MEDIA NEI 17 PAESI



Fonte: L'Observatoire Cetelem de l'Automobile 2022.

### UN VEICOLO CON VALORI SOLIDI...

Ha senso che le caratteristiche tecniche menzionate dagli intervistati quando identificano i SUV si traducano in valori «corrispondenti»: i primi cinque sono particolarmente importanti.



### CHE NON FANNO DEL SUV L'AUTO IDEALE...

Nella percezione degli automobilisti, l'efficienza nel consumo è il secondo criterio che un'auto deve rispettare per essere definita ideale. E proprio su questo aspetto il SUV si differenzia maggiormente dall'auto ideale nell'immaginario collettivo (Fig. 16): se il 38% degli intervistati ritiene mediamente che un efficiente consumo di carburante sia

una caratteristica fondamentale per l'auto dei sogni, solo il 7% associa questa caratteristica ai SUV. Consumi di carburante contenuti sono fondamentali per quasi 1 persona su 2 in Portogallo, Polonia, Brasile e Sudafrica, molti di più rispetto a quanto si registra in Cina e America dove a ritenere prioritario l'efficientamento dei consumi è solo 1 intervistato su 4. Ma perché possa essere definita ideale,

un'auto deve, più di ogni altra cosa, trasmettere un senso di sicurezza. Su questo concetto si trova d'accordo quasi la metà del campione (46%), sebbene la sicurezza del veicolo sembri avere un'importanza maggiore in Spagna, Italia e Brasile e minore in Francia. In questo caso la percentuale di chi ritiene che il SUV possa rispondere a questa esigenza è più alta (26%) rispetto a quella di chi pensa che abbiano consumi sostenibili.

Curioso notare come, invece, i SUV superino l'auto ideale quando vengono presi in esame altri criteri di valutazione. Ad esempio, secondo il 28% dei partecipanti al sondaggio, i SUV sono auto adatte al trasporto della famiglia, mentre solo il 17% degli intervistati

ritiene che il veicolo ideale debba avere questa caratteristica. Curioso notare poi come mentre il 24% degli intervistati ritiene che i SUV siano veicoli potenti, solo il 10% pensa che il veicolo ideale debba esserlo. E ancora, mentre il 27% vede nel SUV l'auto adatta per il fuoristrada, solo il 5% pensa che l'auto ideale debba avere questo requisito. Per contro, se il 15% degli intervistati pensa che l'auto ideale debba avere un basso costo di acquisto e di utilizzo, solo il 4% ritiene che i SUV soddisfino questi criteri. Solo tre voci, relative allo stile e al design, ottengono punteggi praticamente identici sia quando gli intervistati pensano al SUV che quando pensano all'auto ideale.

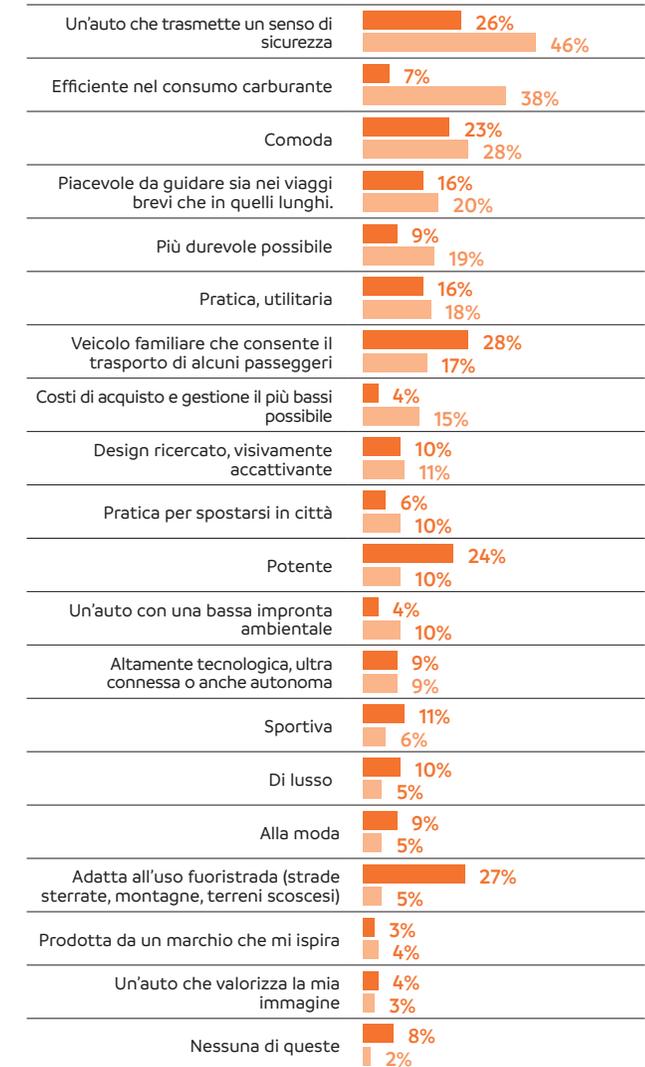


Fig. 16

**Qual è la Sua percezione...**  
Tre risposte possibili.

■ Del SUV  
■ Dell'auto ideale

MEDIA NEI 17 PAESI



**CARATTERISTICHE E UTILIZZI: UN BUON LIVELLO DI COERENZA**

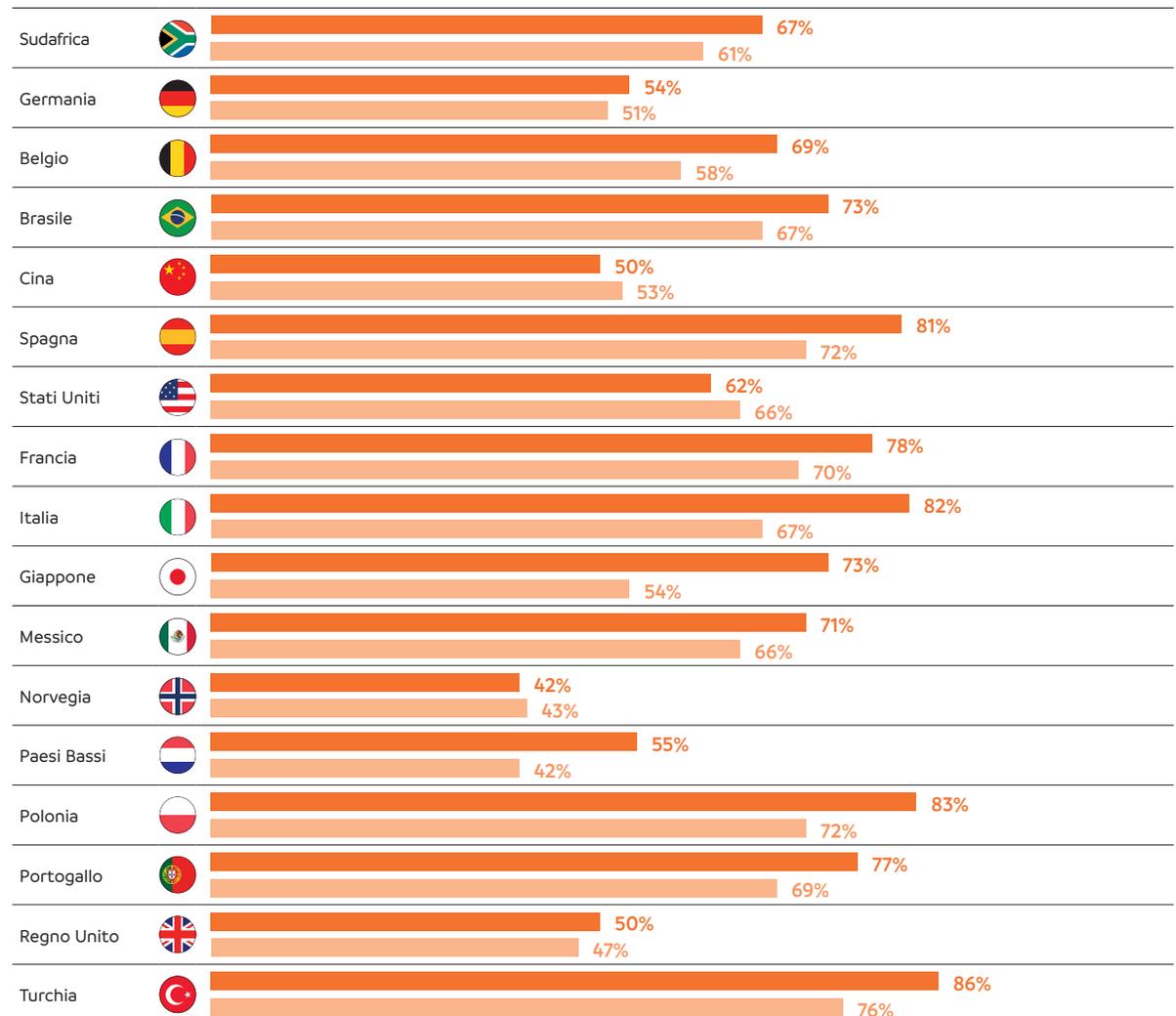
Il modo in cui i proprietari di SUV utilizzano la loro auto tende a essere coerente con l'immagine che hanno di questo tipo di veicolo: un'auto familiare che offre garanzie in termini di sicurezza. Il 68% degli intervistati che possiedono un SUV utilizza l'auto occasionalmente soprattutto per andare in vacanza o per partire per il fine settimana, 7 punti in più rispetto agli intervistati che non possiedono un SUV (Fig. 17). Da questo punto di vista, i risultati sono di nuovo molto diversi di Paese in Paese. Turchia, Polonia, Italia e Spagna sono i Paesi in cui i proprietari di SUV (oltre 8 su 10) sono più propensi a utilizzare la loro auto nel week end o per andare in vacanza, mentre i possessori di SUV norvegesi, olandesi, cinesi, inglesi e tedeschi che usano il SUV prevalentemente per viaggi di piacere sono di meno (circa 1 su 2). È interessante notare le differenze marcate che emergono tra i proprietari di un SUV e gli intervistati che non ne possiedono uno in Giappone e nei Paesi Bassi, differenze che sono praticamente inesistenti in Norvegia e in Cina.

**Fig. 17****Con quale frequenza utilizza la Sua auto per viaggi occasionali, ad esempio per vacanze o nei fine settimana?**

Solo una risposta possibile. Percentuale di intervistati che hanno risposto «spesso» o «sempre». Base degli intervistati: proprietari di un veicolo.

- Intervistati che possiedono un SUV
- Intervistati che non possiedono un SUV

MEDIA NEI 17 PAESI  
68%  
61%



### I SUV VANNO LONTANO

I SUV non sono solo utilizzati maggiormente durante le vacanze o i week end, ma, in generale, sono utilizzati per coprire distanze maggiori. Ogni anno, i proprietari di un SUV percorrono in media 15.251 km, rispetto agli appena 13.506 km percorsi dagli intervistati che non possiedono un veicolo di questo tipo (Fig. 18). E in tutti i Paesi, le persone che guidano di più sono i proprietari di SUV. In Italia e Spagna, il gap tra le due categorie di automobilisti è superiore a 3.000 km all'anno, mentre nei Paesi Bassi, in Sudafrica, in Cina e in Brasile la differenza è inferiore a 1.000 km. Lo spazio interno, la comodità e la sicurezza offerti dai SUV sembrano incoraggiare i proprietari a percorrere distanze maggiori.

**Fig. 18**

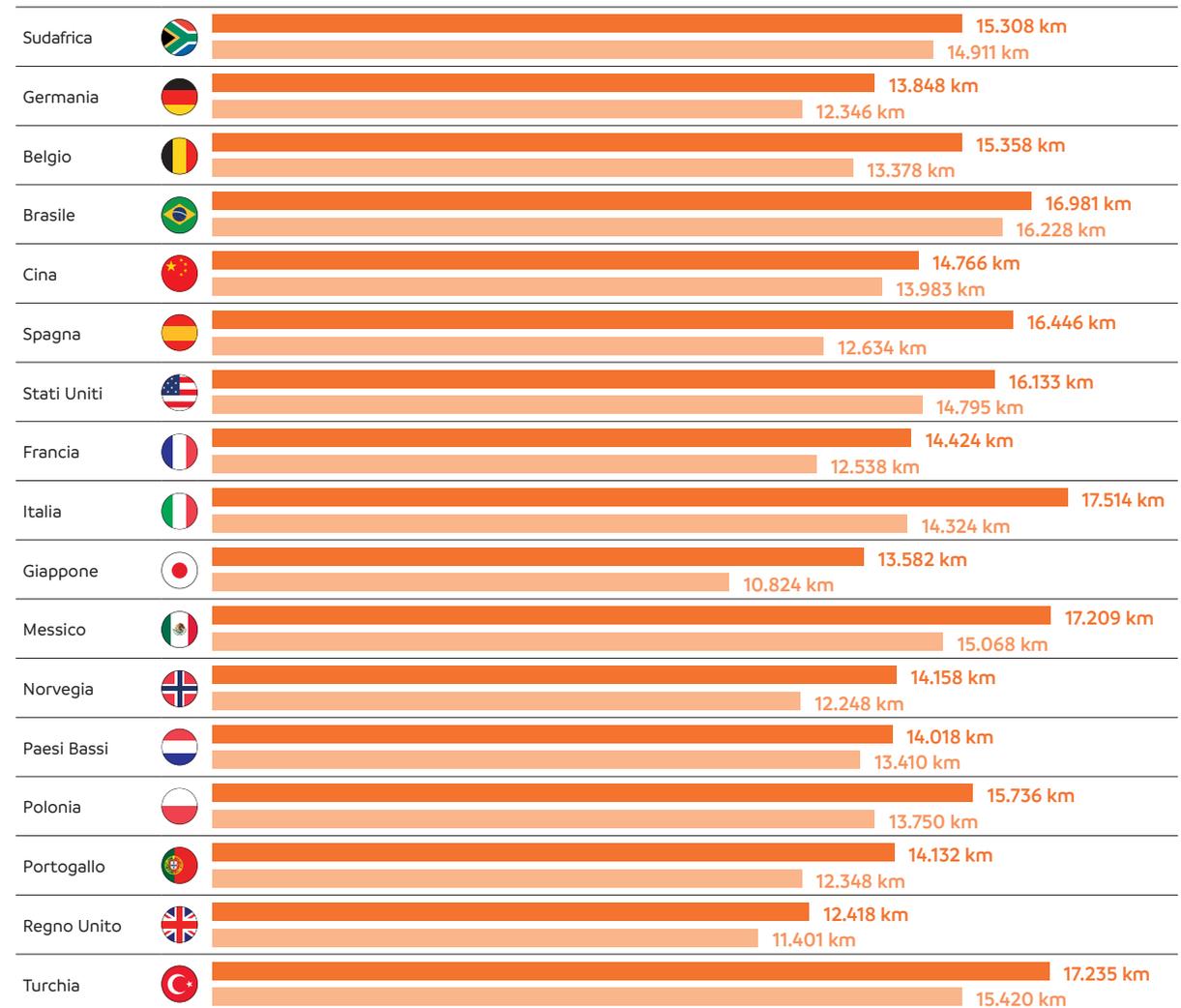
#### Quanti chilometri pensa di percorrere all'anno con il suo veicolo?

Solo una risposta possibile.

Base degli intervistati: proprietari di un veicolo.

- Intervistati che possiedono un SUV
- Intervistati che non possiedono un SUV

MEDIA NEI  
17 PAESI 15.251 km  
13.506 km





## L'OPZIONE ELETTRICA ALLEVIA ALCUNE TENSIONI

### ALLARME SUI CONSUMI

Il consumo di carburante è un tema che è fonte di preoccupazione anche per i proprietari di SUV, in un periodo in cui i prezzi della benzina e del gasolio sono alle stelle. Il 34% degli intervistati menziona il consumo di carburante come il fattore principale che li ha fatti esitare prima di acquistare un SUV, un'opinione espressa con ancora più convinzione dalle persone di età superiore a 55 anni (Fig. 19). Questo è un tema particolarmente delicato nei Paesi emergenti, ma anche in

Italia e in Spagna. Gli intervistati nei Paesi Bassi, nel Regno Unito, in Giappone e in Norvegia, dove l'auto elettrica la fa da padrone, esprimono meno preoccupazioni in questo senso. Tuttavia, queste preoccupazioni sembrano basarsi soprattutto su interessi economici, piuttosto che ambientali. Solo il 23% degli intervistati che possiedono un SUV era restio ad acquistare un veicolo di questo tipo a causa del suo potenziale impatto ambientale.

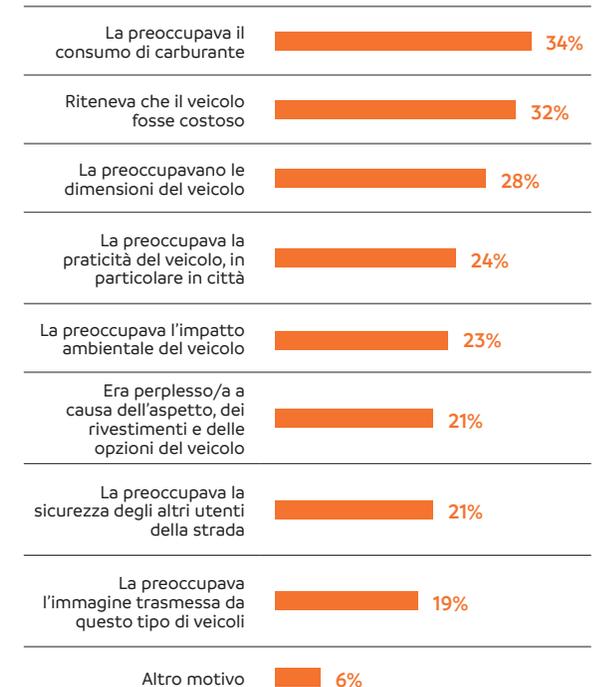
Fig. 19

**Quali fattori L'hanno fatta esitare prima di scegliere tra il SUV che ha acquistato e un altro tipo di veicolo?**

Tre risposte possibili.

Base degli intervistati: proprietari di veicoli che hanno affermato di possedere un SUV, ma hanno esitato prima di acquistare questo veicolo.

MEDIA NEI 17 PAESI



### L'ELETTRICITÀ FAVORISCE I SUV

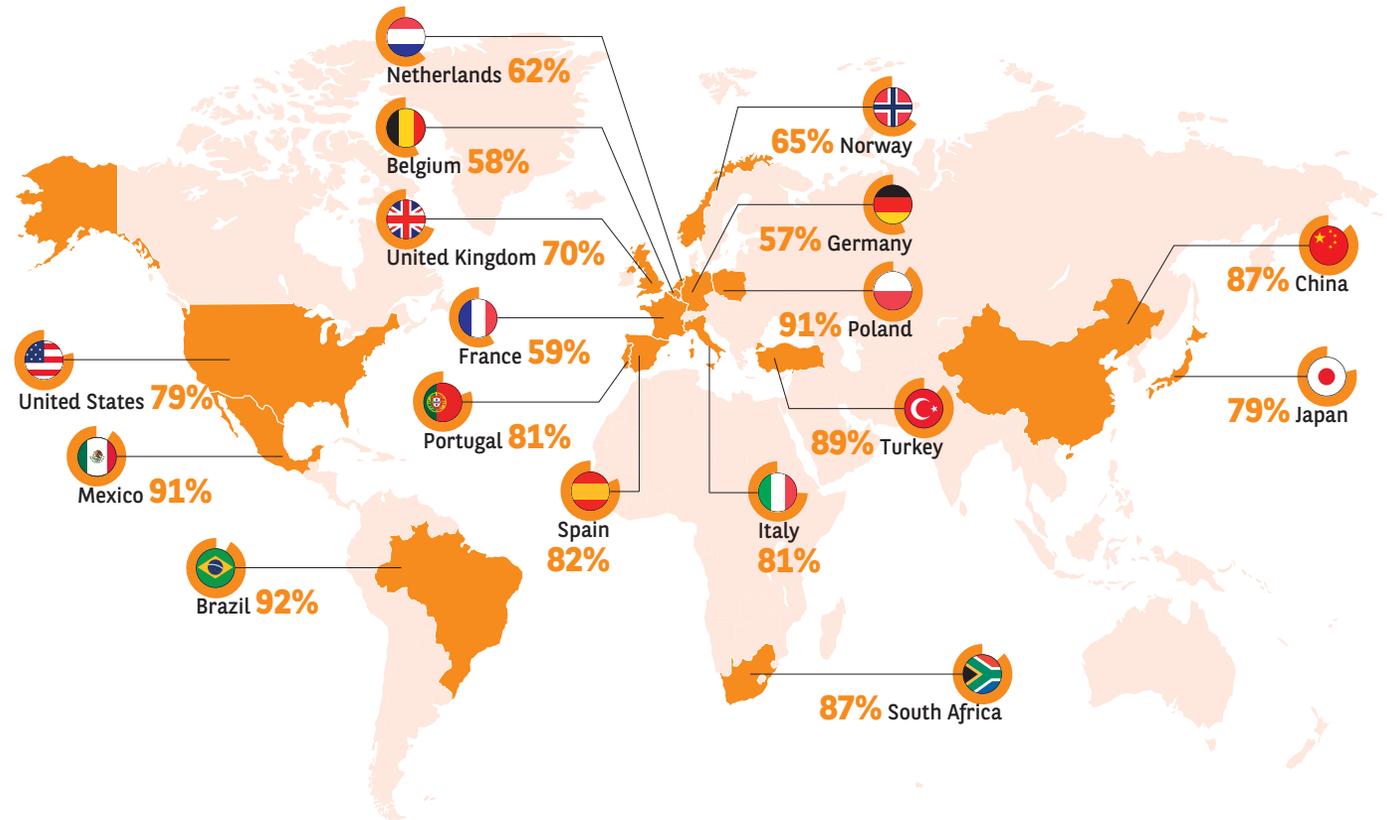
Ma se i SUV devono avere un impatto ambientale, gli automobilisti hanno le idee chiare su come ridurlo. Il 77% degli intervistati ritiene che produrre SUV elettrici o ibridi aiuterebbe a raggiungere questo obiettivo. Nei Paesi emergenti, nonché in Polonia, questa è una soluzione che suscita ancora più entusiasmo. Per contro, la risposta in Paesi come Belgio, Francia e Germania è un po' più tiepida e meno del 60% degli intervistati pensa che l'elettrificazione dei SUV possa essere la soluzione (Fig. 20). Curiosamente, nelle precedenti edizioni dell'Osservatorio Findomestic dedicato all'auto avevamo già osservato che questi Paesi rientrano nello stesso gruppo per quanto riguarda le questioni ambientali.

Questo raggruppamento si deve alla maturità di questi Paesi in relazione a questo tema e alla loro consapevolezza che la riduzione dell'impatto ambientale sia qualcosa di complesso e non passi solo dalla sostituzione delle motorizzazioni termiche con quelle elettriche.

Fig. 20

#### Ritiene che la produzione di SUV elettrici o ibridi riduca l'impatto ambientale di questo tipo di veicoli?

Solo una risposta possibile. Percentuale di intervistati che hanno risposto "Sì, abbastanza" o "Sì, assolutamente".



## IL SUV DIVENTA ELETTRICO

Mentre il mercato automobilistico è stato arricchito da «operatori puramente elettrici» che hanno progettato e lanciato sul mercato i loro SUV, nei prossimi tre anni molti veicoli di questo tipo, prodotti da altre case automobilistiche, riceveranno il trattamento elettrico completo.

Fig. 21 / Contesto

Disponibilità di una versione elettrica del SUV il cui lancio sul mercato è previsto tra il 2022 e il 2024

Fonte: C-Ways, in base ai siti web delle case automobilistiche.

	Disponibile con motore a combustione o come veicolo elettrico ibrido plug-in	Disponibile come veicolo completamente elettrico	Anno di lancio sul mercato
RENAULT Kadjar	●		2022
PEUGEOT 4008	●		2022
ALFA ROMEO Urban SUV (piattaforma 2008)			2022
ALFA ROMEO Tonale	●		2022
BMW X8	●		2022
FORD EVOS			2022
LEXUS LF-Z		●	2022
MERCEDES EQS SUV		●	2022
MITSUBISHI OUTLANDER	●		2022
PORSCHE MACAN-E		●	2022
SKODA ENYAQ IV GT		●	2022
SMART SUV		●	2022
SUBARU SOLTERRA		●	2022
RENAULT Morphoz		●	2023

	Disponibile con motore a combustione o come veicolo elettrico ibrido plug-in	Disponibile come veicolo completamente elettrico	Anno di lancio sul mercato
PEUGEOT 3008	●	●	2023
ALPINE SUV		●	2023
AUDI Q2 E TRON		●	2023
AUDI Q5 E TRON		●	2023
CUPRA TAVASCAN		●	2023
DACIA DUSTER	●		2023
FIAT COMPACT SUV	●	●	2023
VOLVO XC100		●	2023
HYUNDAI TUCSON	●		2024
RENAULT 4L		●	2024
PEUGEOT E-1008		●	2024
DS DS9 Crossback			2024
DACIA BIGSTER	●		2024
OPEL MONZA-E		●	2024



## L'ATTUALE SUCCESSO È DESTINATO A PROSEGUIRE

### UN'OPZIONE CONVINCENTE PER TUTTI

Considerando il record di vendite ottenuto dai SUV, è difficile negare che questi veicoli abbiano avuto un successo travolgente. I risultati dell'Osservatorio Findomestic 2022 dedicato all'auto supportano chiaramente questa osservazione. I SUV hanno un grande appeal e le persone che li provano tendono a lasciarsi conquistare. 6 proprietari di SUV su 10 dichiarano che sceglierebbero nuovamente un SUV se dovessero acquistare un veicolo entro i prossimi 12 mesi. I proprietari di SUV nel Regno Unito e negli Stati Uniti, dove si registrano le vendite più elevate di questo tipo di veicoli, ma anche in Turchia e in Brasile, sono quelli più propensi a confermare la scelta del SUV (68%, 67%, 67% e 67%). Per contro, gli intervistati belgi e polacchi sono meno entusiasti, anche se una maggioranza molto esigua farebbe ancora questa scelta (49% e 50%).

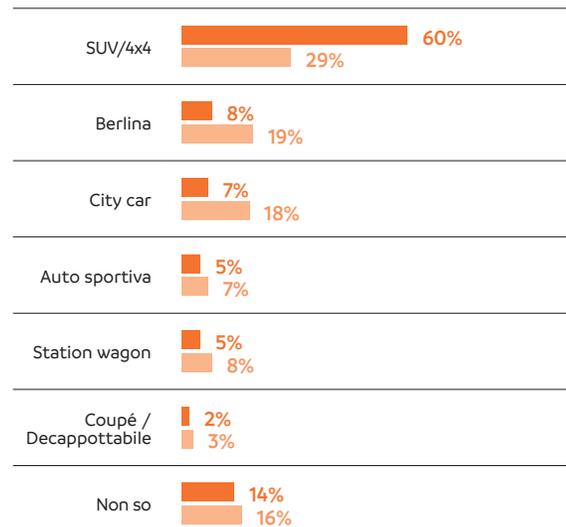
Tuttavia, e questo è l'aspetto più sorprendente, il 29% degli intervistati che non possiedono un SUV sarebbe pronto a optare per un veicolo di questo tipo, una percentuale sensibilmente superiore a quella di chi è propenso ad optare per una berlina (19%) o per una city car (18%) (Fig.22).

Fig. 22

### Se dovesse acquistare un'auto nei prossimi 12 mesi, quale tipo di veicolo acquisterebbe?

Solo una risposta possibile.

- Intervistati che possiedono un SUV
- Intervistati che non possiedono un SUV



In Brasile e in Sudafrica, gli intervistati che non possiedono un SUV e che intendono comprare un veicolo di questo tipo nel prossimo futuro sono la maggioranza (52% e 51%). Gli intervistati meno favorevoli all'idea del SUV come prossima auto si trovano nei Paesi Bassi, in Giappone e nel Regno Unito (12%, 15% e 15%). Anche tra gli intervistati che non possiedono un SUV in Francia, Germania e Belgio sono pochi quelli che pensano di sceglierlo in futuro (19%) (Fig. 23).

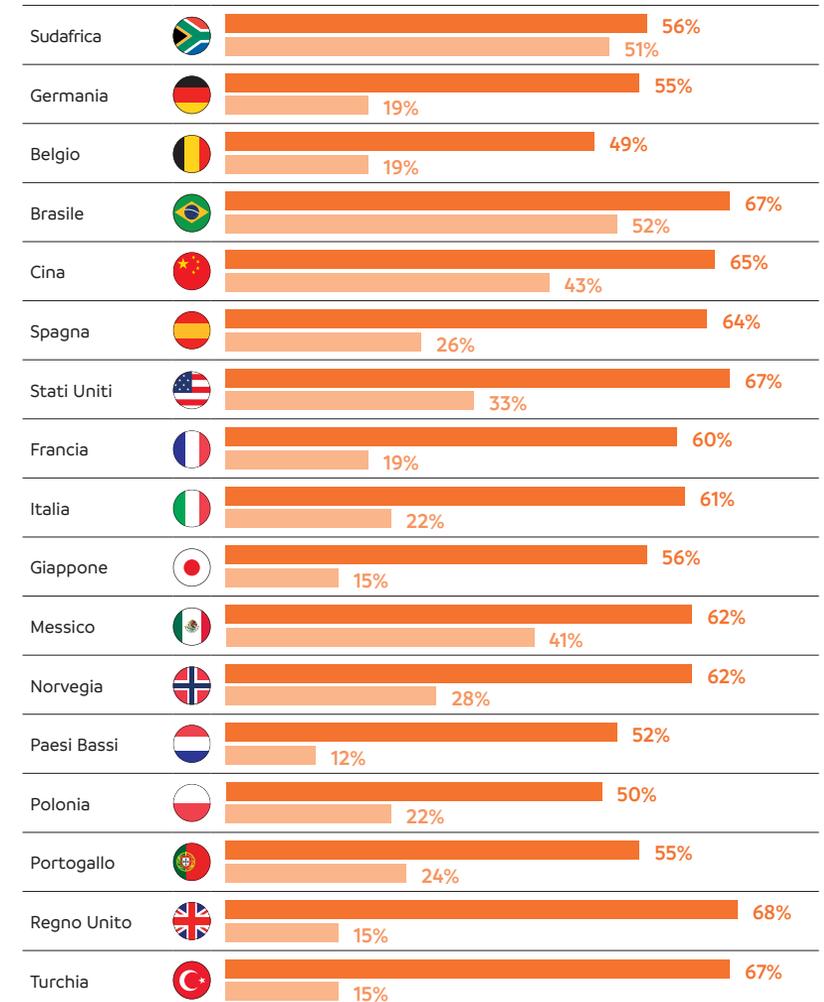
Fig. 23

### Se dovesse acquistare un'auto nei prossimi 12 mesi, quale tipo di veicolo acquisterebbe?

Solo una risposta possibile. Percentuale degli intervistati che hanno selezionato "SUV" o "4x4". Base degli intervistati: proprietari di un veicolo.

- Intervistati che possiedono un SUV
- Intervistati che non possiedono un SUV

MEDIA NEI 17 PAESI  
60%  
29%





### UN MODERATO DESIDERIO DI SANZIONI

Alla domanda sulle misure che potrebbero essere introdotte rispetto ai SUV, gli automobilisti rispondono tutti con la stessa prudenza. Nessuna delle opzioni proposte ottiene il sostegno della maggior parte degli intervistati proprietari di un SUV. Questo vale per i limiti di velocità e le ecotasse sui veicoli con motore a combustione (45%), nonché per le tasse sui veicoli più pesanti (40%) (Fig. 24), e vale ancora di più quando si parla della possibilità di

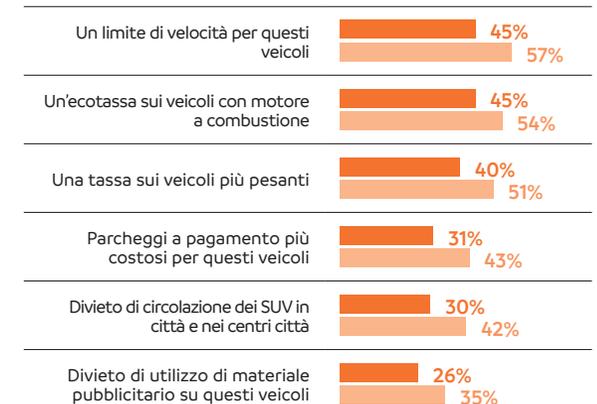
aumentare il prezzo dei SUV (31%), vietare l'utilizzo di questi veicoli nei centri urbani (30%) e vietare l'utilizzo di materiale pubblicitario su questi veicoli (26%). Per quanto riguarda le prime tre voci menzionate, una leggera maggioranza degli intervistati che non possiedono un SUV supporta queste misure. Gli intervistati norvegesi sono gli unici ad essere costantemente più tolleranti della media in relazione a queste problematiche.

Fig. 24

### Lei supporta o si oppone a ciascuna delle seguenti misure relative ai SUV?

Solo una risposta possibile per ciascuna voce. Percentuale degli intervistati che hanno "Abbastanza a favore" o "Assolutamente a favore".

- Intervistati che possiedono un SUV
- Intervistati che non possiedono un SUV



# I DATI SALIENTI

**7 PROPRIETARI DI SUV  
SU 10**

utilizzano la loro auto per il week end o per andare in vacanza

**15.251**

il numero medio di chilometri percorsi ogni anno alla guida di un SUV, rispetto ai 13.506 km percorsi con un altro tipo di veicolo

**IL 34%**

dei proprietari di un SUV ha esitato prima di acquistare il proprio veicolo a causa delle preoccupazioni in merito al consumo di carburante

**3 VALORI**

associati ai SUV: veicolo familiare, capacità fuoristrada e sicurezza

**IL 29%**

degli intervistati che non possiedono un SUV pensa di acquistarne uno entro i prossimi 12 mesi

# EPILOGO

Sebbene si tratti di un argomento che favorisce il dibattito mediatico, in particolare per quanto riguarda l'ambiente, gli automobilisti tendono a non considerare i SUV allo stesso modo.

I risultati di questo sondaggio confermano quello che i dati di vendita dimostrano da anni: il successo dei SUV è travolgente. Non a caso questi veicoli rappresentino circa il 40% delle vendite globali di auto. Il SUV è l'auto per la famiglia, sia comoda che sicura, con molti punti di forza che hanno conquistato gli automobilisti in tutto il mondo.

Ma quanto andranno lontano i SUV? È difficile da prevedere. Diventeranno praticamente l'unica categoria di veicoli sul mercato? Questo è molto improbabile. Ma non c'è alcun dubbio sul fatto che continueranno ad avere successo in futuro, come dimostrato dalle intenzioni di acquisto degli automobilisti. 6 proprietari di SUV su 10 sarebbero pronti ad acquistare di nuovo un altro veicolo di questo tipo entro i prossimi 12 mesi. 3 intervistati che non possiedono un SUV su 10 sono della stessa opinione. Questo dato offre un'ulteriore prova, se mai ce ne fosse bisogno, del fatto che questi veicoli stanno acquisendo una popolarità diffusa.



In un momento in cui gli abitanti delle città si stanno spostando in campagna, in cui la situazione relativa alla salute pubblica è ancora incerta e il problema della sicurezza, in senso più ampio, è parte integrante delle nostre vite quotidiane, i SUV esercitano un grande appeal e continueranno a farlo. Certamente, in un contesto in cui l'emergenza climatica non è mai stata così pressante e evidente, le prestazioni «ambientali» di questi veicoli impongono una pausa di riflessione. Tuttavia, la loro elettrificazione sembra essere un modo efficace per riconciliare i detrattori e gli ammiratori dei SUV.

## SCHEDE INFORMATIVE SU CIASCUN PAESE

BELGIO • BRASILE • CINA • FRANCIA • GERMANIA • ITALIA • GIAPPONE • MESSICO • PAESI BASSI • NORVEGIA • POLONIA • PORTOGALLO • SUDAFRICA • SPAGNA • REGNOUNITO • STATI UNITI • TURCHIA

Sudafrica



In Sudafrica, i SUV rappresentano un terzo di tutte le vendite di auto. Considerati anzitutto veicoli familiari, i SUV sono ammirati per il loro rapporto qualità-prezzo e la metà di tutti gli intervistati che non possiedono un SUV sta prendendo in considerazione l'acquisto di un veicolo di questa categoria.

Germania



La Germania mantiene un forte attaccamento alla berlina, la cui sagoma è l'emblema delle case automobilistiche premium di questo Paese. I SUV sono meno diffusi in Germania rispetto agli altri Paesi che hanno partecipato al sondaggio, e inoltre attirano critiche più forti, in particolare da parte degli intervistati che non possiedono un veicolo di questo tipo.

Belgio



Come nella maggior parte degli altri Paesi europei, la quota di mercato dei SUV in Belgio è aumentata notevolmente negli ultimi anni. Tuttavia, i belgi sono abbastanza critici nei confronti dei veicoli di questo tipo e le intenzioni di acquisto sono basse, anche tra gli attuali proprietari di SUV.

**Brasile**  Il Brasile è uno dei pochi Paesi in questo studio in cui la quota di mercato dei SUV, che è relativamente piccola, non è aumentata negli ultimi anni. Tuttavia, le intenzioni di acquisto relative a questi veicoli, scelti più per la loro praticità che per il loro stile, sono elevate, anche tra gli intervistati che non possiedono un SUV.

**Cina**  Anche in Cina, dove la berlina tre volumi rappresenta tradizionalmente un segno di distinzione sociale, i SUV occupano attualmente una posizione di primo piano, sia in termini di vendite che di intenzioni di acquisto. Visto che il tasso di motorizzazione è ancora basso, il potenziale dei SUV è notevole.

**Spagna**  Le vendite di SUV sono aumentate rapidamente in Spagna negli ultimi anni. In questo Paese, questi veicoli attirano molte meno critiche rispetto agli altri Paesi.

**Stati Uniti**  Negli Stati Uniti, la terra delle auto e degli ampi spazi aperti, il SUV la fa da padrone e rappresenta più della metà di tutte le vendite. Eppure, gli intervistati americani sono relativamente sensibili alle critiche mosse ai SUV, in particolare per quanto riguarda l'inquinamento. Sebbene le intenzioni di acquisto relative a questa categoria di veicoli rimangano elevate, è abbastanza possibile che la crescita del segmento possa subire un rallentamento nei prossimi anni.

**Francia**  Anche in Francia, la patria dei veicoli multiuso, i SUV sono diventati il tipo di carrozzeria numero uno in termini di appetibilità. Le case automobilistiche nazionali hanno adattato di conseguenza la loro gamma di prodotti e i loro veicoli sono attualmente i modelli più venduti in questo segmento di mercato. Né le critiche, talvolta velenose, né la menzione di tasse, o addirittura di restrizioni alle vendite, specifiche sono sufficienti a compromettere il successo dei SUV.

**Italia**  In Italia, un Paese le cui city car sono tradizionalmente molto popolari, anche il SUV sta godendo di un livello di successo impressionante e in continuo aumento. Proprio come succede in generale nel mercato nazionale delle auto, i SUV più compatti tendono a far registrare i volumi di vendita più elevati.

**Giappone**  In Giappone, dove le case automobilistiche nazionali producono da anni SUV leader nel mercato, la quota di mercato della categoria è abbastanza stabile e relativamente moderata. Le case automobilistiche nazionali, che in precedenza avevano fatto da apripista per quanto riguarda la tecnologia ibrida, sono indietro per quanto riguarda i veicoli elettrici, che hanno una quota di mercato minuscola.

**Messico**  In Messico, un'auto venduta su cinque è un SUV, la quota di mercato più piccola tra tutti i Paesi che hanno partecipato al sondaggio. Tuttavia, questa categoria di veicoli viene elogiata per il rapporto qualità-prezzo che offre. Se le intenzioni di acquisto espresse dovessero materializzarsi, il SUV compirà ulteriori passi avanti.

**Norvegia**  Tre quarti dei veicoli venduti in Norvegia sono elettrici, pertanto non sorprende che il SUV venduto sia l'Audi E-tron.

**Paesi Bassi**  I SUV hanno una forte presenza nella terra delle biciclette. Tuttavia, questi veicoli attirano più critiche nei Paesi Bassi che negli altri Paesi, in particolare da parte delle persone che non possiedono un SUV, poche delle quali stanno prendendo in considerazione di acquistarne uno come prossima auto.

**Polonia**  Insieme all'Italia, la Polonia è il Paese europeo con il livello più elevato di auto di proprietà. I SUV possono vantare una quota di mercato discreta e il rapporto qualità-prezzo offerto da questi veicoli è allettante per i polacchi; la Dacia Duster occupa il primo posto per quanto riguarda le vendite.

**Portogallo**  Il Portogallo è uno dei Paesi europei dove la quota di mercato dei SUV è più bassa. Come in Italia, sono i SUV più compatti a far registrare i volumi di vendita più elevati.

**Regno Unito**  Il mercato dei SUV sta crescendo velocemente nel Regno Unito. Tuttavia, c'è una chiara divisione tra i proprietari di SUV e le persone che non possiedono un SUV: quest'ultime sono molto critiche nei confronti di questi veicoli ed esprimono la loro riluttanza ad acquistarne uno.

**Turchia**  La Turchia è l'unico Paese del nostro sondaggio in cui la quota di mercato (relativamente modesta) dei SUV si sta contraendo. Ma questa situazione potrebbe cambiare presto, in quanto le intenzioni di acquisto dei SUV sono elevate. Questa è una categoria di veicoli ammirata per il rapporto qualità-prezzo che offre.

# L'OSSERVATORIO FINDOMESTIC 2022

CONSULTA IL SITO:

[www.osservatoriofindomestic.it](http://www.osservatoriofindomestic.it)

Segui gli aggiornamenti de L'Osservatorio Findomestic su  
Twitter e Facebook

 @oss\_Findomestic     Osservatorio Findomestic

Findomestic Banca S.p.A. Via Jacopo da Diacceto, 48 · 50123 Firenze - I  
Capitale Sociale 659.403.400 Euro i.v. · R.E.A. 370219 (FI) ·  
Cod. Fisc./P. Iva e R.I. di FI n. 03562770481

Albo Banche n. 5396 · Iscritta all'Albo dei Gruppi Bancari  
come "Findomestic Gruppo" al n. 3115.3  
Indirizzo PEC: findomestic\_banca\_pec@findomesticbanca.telecompost.it

Società soggetta ad attività di direzione e coordinamento  
da parte del Socio Unico BNP Paribas Personal Finance S.A.  
· Parigi (Gruppo BNP Paribas)

Associata ABI Associazione Bancaria Italiana  
Associata ASSOFIN Associazione Italiana del Credito al Consumo  
ed Immobiliare