

Presentazione

Da 10 anni Findomestic opera con successo nel settore del credito alle famiglie: la capacità di crescere e di adattarsi rapidamente alle variazioni del mercato, unita alla competenza professionale dimostrata, all'estrema semplicità delle procedure operative ed alla fattiva collaborazione, le consente di essere partner di 25.000 esercizi commerciali operanti nel mondo dei beni durevoli venduti ai privati.

Gli uffici, dislocati in tutti i principali centri del territorio nazionale, consentono a Findomestic di essere molto vicina al mondo della distribuzione e di avere una conoscenza approfondita delle diverse realtà economiche locali, delle quali è in grado di valutare lo sviluppo in funzione dell'evoluzione e della composizione dei consumi privati.

In particolare Findomestic è parte integrante del mondo dell'elettrodomestico, sia bianco che bruno, e del mobile, nelle diverse forme distributive, dal negozio tradizionale alla grande distribuzione organizzata.

In questi anni Findomestic ha aiutato negli acquisti di beni oltre due milioni di clienti, diventando la prima società del settore per numero di operazioni perfezionate. Ogni giorno sono circa 2.500 i clienti della distribuzione che acquistano un bene attraverso un credito Findomestic.

Grazie all'esperienza acquisita nei 10 anni di attività, conosciamo bene i nostri clienti e conosciamo altrettanto bene sia i nostri partners della distribuzione, coi quali intratteniamo quotidiani contatti, che i loro mercati di riferimento, i quali, di riflesso, sono anche i nostri.

In conseguenza di ciò, si può ben dire che Findomestic è gradualmente diventata per tutti loro un importante punto di riferimento, che va oltre la tradizionale concessione e gestione del credito.

E' proprio in questa ottica di superamento del tradizionale rapporto che lega l'Operatore commerciale al suo partner finanziario che nasce uno strumento come "L'Osservatorio Findomestic".

Il titolo esprime compiutamente i nostri intendimenti: alla voce Osservatorio il vocabolario indica infatti "una località scelta ed organizzata con personale e mezzi adeguati, al fine di tenere sotto osservazione un determinato settore e riferirne i risultati".

Ebbene, è da questo punto di osservazione che Findomestic intende dare un contributo di conoscenza a tutti coloro che vivono ed operano nel mondo della distribuzione: si tratta di un contributo imparziale, in quanto non siamo direttamente parte in causa, e attendibile, in quanto suffragato dalla nostra decennale esperienza sul mercato.

Vogliamo unirci agli Operatori commerciali per favorire lo sviluppo della loro attività, ed è nei nostri desideri stimolarne la riflessione su argomenti diversi e di attualità.

In questa prospettiva nel primo numero dell'Osservatorio troverete:

- una panoramica generale sulle modifiche in atto nel tessuto sociale del nostro paese*
- un capitolo specifico sui mercati di riferimento, con dati quantitativi e riflessioni qualitative*
- una serie di schede con dati locali che consentono all'Operatore commerciale di posizionarsi all'interno della sua area di interesse*
- un decalogo di aspetti, che ci sono parsi particolarmente importanti nell'ambito generale delle nuove tendenze del consumo.*

Questi aspetti comprendono sia il punto di vista della distribuzione, ottenuto mediante una serie di interviste a personalità di spicco, che quello del cliente finale, ottenuto mediante interviste ad un campione significativo di consumatori che negli ultimi dodici mesi abbiano effettuato l'acquisto di almeno uno dei beni oggetto di osservazione, col preciso scopo di verificare se l'opinione dei distributori sia in linea con quanto si attende il cliente finale.

L'esame comparativo dei singoli aspetti di questo decalogo, assieme alle 12 schede territoriali che forniscono dati dettagliati sui mercati di riferimento e sulla presenza delle grandi superfici, e che possono essere utilizzate come strumenti operativi di lavoro, rappresentano il contributo qualitativo che Findomestic offre al mondo della distribuzione e che intende garantire a partire da ora con cadenza annuale.

Findomestic

L'OSSERVATORIO

 Findomestic

Premessa	4
- Sapersi orientare	4
Mercati	12
- Andamento dei settori	12
- Elettrodomestici bianchi	12
- Elettrodomestici bruni	13
- Mobili	14
- Un mercato in fermento: la telefonia	16
- Tavole statistiche e grafici	17
Le nuove tendenze del consumo: atteggiamenti ed aspettative a confronto	22
Le nuove tendenze del consumo: atteggiamenti ed aspettative del distributore	24
- Dal momento d'acquisto al progetto d'acquisto	24
- Dal consiglio al confronto	25
- Dal prezzo scontato al prezzo smontato	27
- Dalle piccole superfici del centro alle grandi superfici dell'hinterland	28
- Dal multiprodotto allo specializzato	30
- Dai gruppi di acquisto ai gruppi di vendita	32
- Dall'apparenza alla sostanza	33
- La garanzia: dalla marca all'insegna	35
- Dalla comunicazione urlata alla comunicazione dialogata	37
- Dal punto di vendita al punto di riferimento	38
Le nuove tendenze del consumo: atteggiamenti ed aspettative del consumatore	42
- Dal momento d'acquisto al progetto d'acquisto	42
- Dal consiglio al confronto	43
- Dal prezzo scontato al prezzo smontato	45
- Dalle piccole superfici del centro alle grandi superfici dell'hinterland	46
- Dal multiprodotto allo specializzato	48
- Dai gruppi di acquisto ai gruppi di vendita	50
- Dall'apparenza alla sostanza	51
- La garanzia: dalla marca all'insegna	53
- Dalla comunicazione urlata alla comunicazione dialogata	54
- Dal punto di vendita al punto di riferimento	55
- Grafici	58

