

Firenze, 8 Maggio 2015

COMUNICATO STAMPA

**Findomestic celebra i 30 anni dell'azienda presentando, nel corso del Meeting dedicato ai suoi TOP Partner, la pubblicazione "Dall'edonismo dei consumi al consumo responsabile", un libro realizzato in collaborazione con il Censis sui mutamenti dei consumi e degli stili di vita negli ultimi tre decenni .**

*Basti pensare che nel 1984 la prima voce era rappresentata dall'alimentazione, che costituiva il 23% del totale delle spese delle famiglie, mentre nel 2014 i generi alimentari si riducono al 14,2% del totale, per una spesa media mensile di 456 euro per famiglia. Al primo posto sale l'abitazione, cui è destinato il 24,4% delle spese (era il 15,8% nel 1984), per una spesa media mensile di 783 euro per famiglia. Pesano di più sui bilanci anche i consumi per turismo, cultura, istruzione e tempo libero, a cui oggi le famiglie dedicano una media di 558 euro al mese (il 17,4% del totale, era il 15,5% nel 1984). Si riducono, infine, le spese per vestiario e calzature, pari oggi a 195 euro al mese, e quelle per mobili ed elettrodomestici, che ammontano a 199 euro per famiglia.*

*Passando ad esaminare la gestione delle risorse è rilevante notare come negli anni gli italiani siano diventati meno diffidenti nei confronti dell'indebitamento e sia cresciuta la propensione a rivolgersi al credito al consumo. Nel 1995 il credito al consumo rappresentava il 3,3% delle passività finanziarie delle famiglie, nel 2013 è pari al 13%. Negli ultimi anni di crisi è però diminuito il valore degli importi finanziati, che nel 2011 era pari complessivamente a 111,3 miliardi di euro e nel 2014 è sceso a 103,4 miliardi. Buoni i segnali di inizio 2015, con il credito al consumo in crescita del 5,4% nel primo bimestre di quest'anno rispetto al primo bimestre del 2014.*

Il libro "Dall'edonismo dei consumi al consumo responsabile" viene presentato nell'ambito della celebrazione dei 30 anni di Findomestic con i suoi "Top Partner".

*La ricerca è il frutto della collaborazione tra Findomestic e Censis, che ha avuto accesso all'enorme mole di dati che la società - tra i leader del credito al consumo - ha raccolto in trent'anni di attività.*

L'evento, che si tiene a Firenze nei giorni 7 e 8 maggio, prevede l'intervento come relatori di Giuseppe De Rita del Censis, Luca Colombo in qualità di Country Manager di Facebook Italia e il Vice Presidente di Forrester Italia Luca Paderni, alla presenza dei maggiori marchi della distribuzione italiana, partner di Findomestic.

L'apertura della due giorni di lavori è affidata a Chiaffredo Salomone in qualità di AD di Findomestic, Jany Gerometta che ne è Direttore Generale e Fabio Gallia che ne è Presidente. L'intervento del dr Gallia è incentrato sugli scenari macro economici e sul loro impatto sull'Italia.

*"Questa pubblicazione - dichiara Chiaffredo Salomone AD di Findomestic - racconta trent'anni di cambiamenti degli stili di consumo e di vita degli italiani che sono il leit motiv della nostra storia aziendale, fatta di ascolto, interpretazione, collaborazione stretta con i nostri partner che ci ha permesso di evolvere insieme a loro, migliorando costantemente la qualità dei servizi e dei*

*prodotti offerti ai clienti. Un percorso che ci ha visti più forti e più responsabili anche assieme ai nostri clienti."*

Uno degli interventi più attesi è quello del Presidente del Censis, intervento focalizzato sui cambiamenti che la società italiana ha attraversato in questi anni e sui principali mutamenti dei diversi mercati.

*"Il cambiamento nei consumi e nella gestione delle risorse è originato dal processo di cetomedizzazione cui ha partecipato gran parte della società italiana", ha commentato Giuseppe De Rita, Presidente del Censis. "Il ceto medio prima si è esercitato nell'accesso a consumi squisitamente borghesi. Poi in una indulgenza quasi narcisistica alla moltiplicazione e alla differenziazione dei beni e servizi posseduti. Infine, verso e durante la crisi, in un borghese recupero di medietà e quasi di sobrietà. Negli anni della crisi sono i valori sociali del ceto medio che hanno condizionato i consumi: la razionalità con cui singoli e famiglie fanno monitoraggio dei prezzi e delle spese, l'ispirazione collettiva ai valori della medietà, il ricorso alle offerte low cost, la ricerca del viver bene", ha concluso De Rita.*

Il libro Findomestic-Censis "Dall'edonismo dei consumi al consumo responsabile. Trent'anni di cambiamenti degli stili di vita degli italiani", sarà disponibile in download gratuito dal sito di Findomestic e, in formato ebook, nei principali digital store (iTunes, Amazon, Google).

*Findomestic è la Banca specializzata nel credito alla famiglia e si posiziona tra i primi player in Italia nel mercato del credito al consumo. Fondata nel 1984 su iniziativa di istituti di credito italiani e francesi, Findomestic ha contribuito da allora al miglioramento della qualità della vita dei propri clienti, offrendo loro un canale di accesso professionale e responsabile ai prestiti personali e ai finanziamenti sui punti vendita di beni durevoli. Findomestic è impegnata da anni nello sviluppo di un credito responsabile attraverso una comunicazione più trasparente, favorendo i consumatori nell'accesso al credito con soluzioni sostenibili e combattendo il fenomeno del sovra-indebitamento.*

*Oggi Findomestic fa parte del gruppo BNP Paribas ed il 100% del suo capitale è detenuto da BNP Paribas Personal Finance, società specializzata nei finanziamenti ai privati sia per l'attività di credito al consumo che di credito immobiliare. Con 30.000 collaboratori in 30 paesi e su 4 continenti, BNP Paribas Personal Finance è la società numero uno in Francia ed in Europa.*

Per informazioni:

Marina Beccantini

Ad Hoc Communication Advisors

tel. 02/7606741

*Il presente comunicato e i precedenti sono disponibili sul sito*  
[www.findomestic.it](http://www.findomestic.it) oppure sul sito [www.ahca.it](http://www.ahca.it)