



La ricerca “Roper Report Worldwide”

Electrolux Trend Media Day

Milano, 6 luglio 2009

Thinking of you

 **Electrolux**

Scenario



La ricerca

- Dodicesima edizione
- 30.000 interviste in più di 25 paesi del mondo
- Rappresentativa di 1,1 miliardo di consumatori

Obiettivo

Definire i megatrend sociali ed economici che influenzano in profondità i comportamenti di consumo

Il paradosso globale

Thinking of you
 Electrolux

Il paradosso del mondo globale è dato da:

- Omogeneità dei driver
- Segmentazione dei bisogni

Un mondo già prefigurato da Nasbitt nel suo “Paradosso Globale”: *più si va verso la Globalizzazione più si formano segmenti “tribù” che attraversano il mondo*

Il paradosso della segmentazione



Il secondo grande paradosso è quello della segmentazione globale:

- Lo stesso segmento attraversa diversi paesi
- Utilizza lo stesso messaggio di base
- Rende possibili marche planetarie
- Si esprime congiungendo ragione ed emozione, emisfero destro ed emisfero sinistro, apollineo e dionisiaco

Una marca planetaria deve esprimere il massimo di flessibilità nell'offerta

I fattori globali di omogeneità_ tecnologia



La tecnologia è:

- Ubiqua
- Interattiva
- Personale
- Multifunzionale

Dopo l'era delle protesi meccaniche della forza e della velocità, la protesi diventa digitale

Alcuni dati tecnologia



- Il 52% considera importante essere connessi. Messicani in testa con il 64%, Italiani nella media con il 49%, Svedesi penultimi con solo il 34%.
- Oltre l'80% usa un telefono cellulare, l'Italia in seconda posizione con il 93%, mentre gli Stati Uniti sono solo al 79%.
- Il 73% ha inviato SMS negli ultimi 30 giorni, l'Italia è nella media con il 74% mentre gli Stati Uniti sono il fanalino di coda con il 48%.
- Il 13% ha inviato MMS, spicca la Svezia con il 27%, l'Italia è in media.
- Il 24% ascolta musica in viaggio con il telefonino.
- Il 14% ascolta la radio sul telefonino, specialmente nei paesi emergenti: 49% in Sud Africa, 34% in India, 34% in Indonesia e 30% in Thailandia.
- L'11% invia e-mail dal telefonino, Giappone in testa con il 55%.

I fattori globali di omogeneità_ mobilità



La tecnologia si coniuga con la **mobilità**: la gente non sta mai ferma

- Spostarsi è facile
- Il lavoro obbliga al pendolarismo

Oggi una conversazione telefonica non si apre più con “*Pronto, come stai?*”, ma con “*Pronto, dove sei? Posso parlarti?*”

Possiamo parlare di “delocalizzazione dell’individuo”: il trasporto è lo strumento materiale e il telefonino il fattore relazionale

Alcuni dati mobilità

- Il 64% dei consumatori si sposta quotidianamente
- Spende in media 6,5 ore a settimana per gli spostamenti
- Primi gli Egiziani con 9 ore di pendolarismo e ultimi i Taiwanesi con poco più di 5 ore, Italiani a 6,2 ore a settimana

I fattori globali di omogeneità_ l'intrattenimento



Alcuni esempi di stilemi segmentati e omogenei:

- Doctor House
- Gli attori di colore delle sitcom
- I Griffin
- I Simpson
- I giapponesi dei giochi senza frontiere

Eventi planetari

- Michael Jackson
- Olimpiadi
- Mondiali di calcio

I fattori globali di omogeneità_ lavoro e tempo libero

Il tempo del lavoro e del tempo libero si mescolano per:

- Ubiquità delle tecnologie
- Spostamenti
- Delocalizzazione delle persone

E ciò cambia il livello di stress e il concetto di casa

Alcuni dati — lavoro e tempo libero

Thinking of you
Electrolux

- Il 58% in Egitto si sente stressato almeno due volte alla settimana, il 55% in Giappone, il 49% negli Stati Uniti, il 43% in Italia con un buon 14% che si sente stressato tutti i giorni.
- In Italia il 35% vorrebbe avere più tempo, ma il 54% vorrebbe avere più soldi. I Messicani per il 69% vogliono tempo, solo per il 27% denaro. Gli Americani si dividono equamente 41% e 46%, vicino alla media globale.

I fattori globali di omogeneità_ nuovo concetto di casa



Il consumatore che mescola lavoro e tempo libero chiede di **“sentirsi a casa ovunque”** e ritiene che **“la casa sia, più che un luogo un concetto”**
La casa diventa un **“nuovo modo di uscire”**

Questi due concetti interagiscono: quando sono fuori voglio avere le stesse condizioni di quando sono a casa e quando sono a casa voglio avere tutto a disposizione

Le tecnologie di connessione mobile rispondono al paradosso rendendo la casa “nomade”

Le tecnologie domestiche rispondono al paradosso generando una casa che sia al tempo stesso “mondo e nido”

I fattori globali di omogeneità_ nuovo concetto di casa

Thinking of you
Electrolux

Si sta in casa di più, ma soprattutto più intensamente

A casa voglio:

- ricevere gli amici
- rappresentarmi e ostentare la mia personalità
- tenermi in forma
- essere collegato al mondo
- vedere un film come al cinema

Per questo, voglio:

- eleganza
- design
- performance professionali
- più tempo per me
- multifunzionalità
- flessibilità

I fattori globali di omogeneità_ nuovo concetto di casa



Per quanto riguarda gli elettrodomestici, devono:

- essere belli ed eleganti
- essere discreti e silenziosi
- essere efficienti e multifunzionali
- avere performance professionali
- fare invidia agli amici
- regalare tempo
- essere intelligenti e guidare nell'uso

Alcuni esempi_lavastoviglie

Thinking of you
Electrolux

Le nuove lavastoviglie super silenziose AEG-Electrolux Favorit ti informano che stanno lavorando proiettando una luce rossa sul pavimento



Alcuni esempi_frigoriferi

Thinking of you
Electrolux

I frigoriferi Electrolux Side by Side che trasformano il frigorifero in una vera dispensa



Alcuni esempi_forni

Thinking of you
Electrolux

Il forno Electrolux Inspiro per integrare la fantasia culinaria con una competenza professionale e programmi di cottura intelligenti



Alcuni esempi_asciugabiancherie

Thinking of you
Electrolux

Solarex Iron Aid per asciugare, sostituire in molti casi lo stiro e rinfrescare gli abiti



Alcuni esempi_lavabiancherie

Thinking of you
Electrolux

Calima per lavare e asciugare i capi su un cuscino d'aria estraibile



Alcuni esempi piccoli elettrodomestici

Thinking of you
Electrolux

Fino alla sempre più sottile linea di confine tra i piccoli apparecchi professionali, robot o forni, e il domestico. Macchine che avvicinano sempre più la cucina di casa a quella degli chef



La domotica _il convitato di pietra



Sebbene se ne parli dai primi anni '90, solo ora può diventare una realtà commerciale grazie alle nuove esigenze di gestione degli elettrodomestici:

- La gestione dell'energia
- Le fasce orarie
- Molti provider
- Sorgenti energetiche domestiche
- Bollette diversificate
- Gestione ottimizzata delle risorse con il coordinamento delle apparecchiature di casa