

Estate 2015: le donne su Facebook, gli uomini su LinkedIn

Acquisti, vacanze e vita social: i gusti e le scelte made in Italy

Tutti i risultati della ricerca condotta da PromoQui.it

Bologna, 23 giugno 2015

In vacanza con il computer? Grazie, anche no...

L'estate è oramai cominciata e, nelle aspettative dei più, rappresenta una vacanza dal proprio computer: così infatti ha risposto il 58% delle persone che hanno partecipato al questionario proposto da **PromoQui.it**, il **principale aggregatore e motore di ricerca italiano di sconti e volantini**.

Lasciato a riposo il portatile (l'estrema ratio, per quasi il 30%, è utilizzare un internet point, solo il caso di necessità), per molti la vita social resterà in mano al cellulare: le donne lo useranno soprattutto per leggere la posta (52%) e utilizzare le app (19%), come quella di PromoQui, che consentono di individuare le offerte vicine. Il 41% degli uomini, invece, approfitterà del suo smartphone per utilizzare app dedicate ai giochi e, in generale, al tempo libero.

Un italiano su 2 prevede di utilizzare il cellulare anche per accedere, genericamente, a internet. Ma, bisogna sottolinearlo, c'è anche un 50% di intervistati che ha tutta l'intenzione di utilizzarlo solo per la sua basica e originaria funzione di telefono.

Lontani ma non sempre connessi...

E per comunicare con amici e parenti, in tempo di vacanza? Il 40% prevede di farlo tramite email, il 10% lascerà come recapito il telefono dell'albergo o quello di casa, il 25% si affiderà ai soli "messaggini", con la scusa vera o immaginaria che – dove ci si trova – ci sarà "poco campo". Il 31% degli uomini però preferisce staccare completamente i contatti (è della stessa idea solo il 17% delle donne).

Social-network: la connessione è soprattutto delle donne

E poi ci sono i social network. I dati PromoQui parlano chiaro: l'estate 2015 sarà social-rosa! Il 36% delle donne, infatti (contro il 27% degli uomini) non potrà rinunciarci.

In generale, uomini e donne, uno su tre terrà "aggiornato" il proprio profilo Facebook. Detto questo, i comportamenti poi divergono. Le donne, quest'estate, seguiranno soprattutto Facebook e Pinterest; gli uomini LinkedIn e Twitter.

Le donne (58%) sono guidate dal piacere di curiosare e mantenersi aggiornate – grazie al social di ZuckKerberg – sulla vita di amici e conoscenti; condivideranno foto ed emozioni su Pinterest o Instagram (9%); solo il 15% aggiornerà il suo blog e il 9% darà un'occhiata a LinkedIn.

Gli uomini, meno interessati (47%) alla vita social dei loro contatti Facebook, aggiorneranno il loro blog (23%), seguiranno il loro profilo LinkedIn (19%); una piccola parte (6%) non tralascierà la consuetudine di twittare, tra hastag e news.

Mete estive: la montagna è preferita dagli uomini

Estate vuol dire soprattutto vacanza al mare per l'80% delle donne e il 78% degli uomini. La montagna vede un 23% di consensi maschili e solo il 15% di quelli femminili. I tour per l'Italia affascinano solo l'11% del campione, andare in giro per il mondo il 13%.

Vacanza: meglio in località poco note e con modalità “full optional”

Le mete ideali per una vacanza, per il 52%, sono le località meno rinomate, fuori dal traffico e dalle folle turistiche. L'organizzazione preferita? Per il 55% è “full optional”, tutto già compreso e previsto. Come seconda scelta, gli uomini, preferiscono le soluzioni “navigazione a vista” (32%; contro il 24% delle donne), ovvero scelta la meta, si va e il resto viene poi da sé sul posto oppure “low cost” (18%, contro il 10% delle donne), zaino, tenda, ostello o B&B.

Per le donne, invece, il top è un soggiorno in agriturismo e spa (25%, scelta apprezzata solo dal 15% degli uomini), da cui partire per visite nel circondario oppure in crociera (13%).

Una vacanza total luxury (anche pochi giorni ma vissuti alla grande, senza badare a spese) è considerata solo dall'8% di tutti gli intervistati; il 3% sceglierebbe invece la barca a vela: navigare e fare scali seguendo il mare e i suoi ritmi.

Estate 2015, chi in vacanza e chi – il 16% - resta a casa

I mesi estivi saranno all'insegna delle vacanze per la maggioranza delle persone: il 48% andrà via (per un periodo sostanzialmente uguale all'anno scorso, per lo più di circa due settimane), il 36% le farà “spezzettate”. E il restante 16%? Quasi il 40% dovrà lavorare, tutti gli altri ne approfitteranno per fare lavoretti in casa o dedicarsi agli hobby (rispettivamente il 40 e il 33% degli uomini). Il 26% delle donne dedicherà più tempo al relax, il 23% agli amici e il 26% a godersi la città semivuota.

Le destinazioni: il 61% resterà in Italia, il 30% nella propria regione.

Il fondo cassa... per le vacanze

Gli italiani alle vacanze ci tengono: il 45% mette da parte i soldi durante tutto l'anno per coprire sufficientemente tutte le spese; il 27% non si preoccupa più di tanto: le vacanze dureranno finché c'è budget. Il 25% ha già saldato in parte la quota prevista e il 3% le pagherà a rate.

Acquisti d'estate tra negozi tipici e risparmio, con l'app PromoQui

Per finire, per il 50% degli intervistati lo stile di shopping sostanzialmente non si modifica con l'avvento della stagione estiva; una donna su tre però ammette di acquistare più spesso ai mercati rionali mentre il 28% degli uomini si concede più facilmente gite fuoriporta, destinazione outlet.

Quando si è in vacanza, il 36% preferisce acquistare nei mercati e nei negozietti tipici del posto mentre il 42% continua a consultare l'app PromoQui in cerca di offerte disponibili sul territorio, per convenienza ma anche per il divertimento nel cercare acquisti vantaggiosi.

(Al questionario - proposto da PromoQui nella seconda settimana di giugno 2015 - hanno risposto 1612 persone, di cui il 68% donne).

PromoQui.it (<http://www.promoqui.it>)

PromoQui è il primo motore di ricerca italiano per l'info-commerce e consente di individuare i coupon e i volantini disponibili in una determinata zona, in un preciso momento; la ricerca può essere avviata sui volantini, per parola chiave o in base al marchio. La gamma delle categorie merceologiche che PromoQui è in grado di monitorare è molto ampia: dai prodotti alimentari a quelli per la persona, dagli articoli per la casa allo sport, dal bricolage all'elettronica.

PromoQui è uno strumento di comunicazione al servizio dei consumatori perché raccoglie le proposte commerciali dei punti vendita, le indicizza e le rende accessibili a tutti gli italiani che hanno accesso al web, da casa, dall'ufficio o direttamente da smartphone.

Al tempo stesso è un formidabile strumento al servizio della distribuzione, sia GDO che retailer: con un reach di oltre 15 milioni di potenziali utenti unici/mese in tutta Italia, il motore di ricerca di PromoQui consente visibilità e immediata raggiungibilità dei propri messaggi on line e su mobile. Ma non solo: basta una ricerca localizzata su Google, per trovare - tra i primi risultati - i link ai prodotti contenuti nei volantini presenti su PromoQui. In altri termini: la presenza su PromoQui riduce il numero di click necessari al consumatore per arrivare sul proprio volantino/iniziativa.

PromoQui, tutti i numeri (al 31 maggio 2015): 4.500.000 utenti unici e oltre 200 milioni di pagine-volantino viste al mese; più di 2000 nuovi volantini processati ogni settimana e inseriti nel motore di ricerca, riferiti a circa 600 insegne della GDO; copertura di 113 province italiane, per un totale di oltre 80mila punti vendita tra supermercati, centri commerciali, negozi e oltre 200 mila offerte giornaliere. Oltre 2.000.000 le app scaricate.

PromoQui è anche **PQ SMART** (<http://smart.promoqui.it>), il servizio rivolto ai piccoli e medi esercenti per promuovere in modo geolocalizzato, sul web e tramite dedicata app mobile, i loro servizi, volantini, coupon. Il servizio è disponibile tramite abbonamento, con un piccolo e predefinito costo mensile.

Per scaricare l'app di PromoQui:

App iTunes: <http://itunes.apple.com/it/app/promoqui/id466421194?mt=8>

App Android: <https://play.google.com/store/apps/developer?id=Promoqui+Dev>

SPEED (Società Pubblicità Editoriale e Digitale) del Gruppo Monrif è la concessionaria di pubblicità del progetto PromoQui. L'iniziativa è promossa anche grazie al contributo commerciale di Poligrafici Printing, società di stampa del gruppo Monrif da tempo presente nel mondo della grande distribuzione.

Anna Maria Cebrelli
Ufficio Stampa PromoQui
Cellulare 338.74.17.943
ufficiostampa@promoqui.it