

San Valentino, la festa più temuta dagli uomini innamorati

Per le donne è soprattutto una ricorrenza commerciale; in ogni caso, come regalo gradirebbero (anche): rose rosse, un anello o una richiesta di vita insieme. I risultati del sondaggio di PromoQui

Bologna, 04 febbraio 2014 – San Valentino si avvicina e gli uomini italiani lo "amano" (perlomeno pensano, il 61%, che sia una ricorrenza romantica) oppure lo temono: più del 19%, infatti, cerca di non dimenticarsi tale data, per evitare problemi con la persona amata. Al contrario, la maggioranza delle donne pensa che sia una festa soprattutto commerciale (56%) e poi, anche, romantica (53%). Risultato finale: anche se è in coppia, solo il 44% delle donne festeggia San Valentino (contro il 65% degli uomini); il 26% lo ignora (lo fa solo il 19% del sesso forte).

E' quanto emerge dal sondaggio realizzato a gennaio 2014 da **PromoQui.it**, il primo servizio italiano on line e su app che consente non solo di sfogliare tutti i volantini e i coupon presenti sul territorio nazionale ma anche di trovare, grazie al suo motore di ricerca, le promozioni e li sconti offerti su un particolare prodotto o categoria di prodotti.

Il 14 febbraio rimane una giornata che nell'immaginario è sicuramente da celebrare con la persona con cui si vive, moglie/compagna o marito/compagno che sia (per il 73% delle donne e l'81% degli uomini) ma non "necessariamente" con la fidanzata/il fidanzato (opzione scelta solo dal 37% delle donne e 33% degli uomini). Anzi: per un 10% di donne, forse andrebbe condivisa soprattutto con il proprio animale domestico (solo lui è "per sempre"). Poco più del 5% di entrambi i sessi la festeggia anche con l'amante.

Dunque San Valentino, festa degli innamorati. Ma quale regalo è il più giusto?

Il punto di vista degli uomini

Il regalo più appropriato da fare ad un uomo è una bella cenetta (33%), oppure un pensiero personalizzato (31%) oppure uno "speciale dopocena" (27%). A seguire: un viaggio insieme (17%), un profumo (16%), dei fiori (13%), un orologio (12%), un bigliettino di auguri e un bacio (10%). Resistono anche le cravatte (4%).

Mentre invece, il pensiero in generale più appropriato per una donna: rose rosse, o in generale dei fiori (opzione scelta da oltre il 47% degli uomini), seguiti da una cena (39%), un regalo personalizzato (19%), un anello (18%) o uno "speciale dopocena" (16%).

Il punto di vista delle donne

Nell'immaginario femminile, la pole position dei regali più appropriati da fare ad una donna prevede, a pari merito, due classici: la "cenetta" a lume di candela e le rose rosse, o altri fiori (scelti, entrambi, dal 39% delle donne). La terza alternativa: un viaggio insieme (31%). Poi: regalo personalizzato (17%), anello oppure uno "speciale dopocena" (entrambi 16%). Attenzione: per il 9% il 14 febbraio potrebbe essere il momento perfetto per una proposta di matrimonio o convivenza (ma anche per ricevere biancheria intima o cioccolatini).

Il pensiero più adatto da fare ad un uomo: una cena (46%), uno "speciale dopocena" (30%) oppure un viaggio insieme (29%). Volendo, ci può stare anche un profumo (17%).

Io vorrei, non vorrei ma se puoi...

Dalla teoria alla pratica, dal generale al particolare, però, le cose cambiano un po'. Per se stesse, dalla persona che amano, le donne vorrebbero ricevere, in ordine di preferenza: un viaggio (31%), una "cena + speciale dopocena" (27%), rose rosse (26%). A seguire: un anello (17%) o una proposta di convivenza o un rinnovo dell'impegno già preso (11%).

Per San Valentino, quasi un uomo su due (48%) invece sogna in dono: "una cena + speciale dopocena" o almeno un pensiero personalizzato (21%). Il 14% gradirebbe un viaggio. L'11% non è interessato a ricevere nulla.

Il budget di chi, quest'anno, festeggia.. e i consigli per risparmiare

La maggioranza (56%) di chi celebrerà questo San Valentino 2014 con la persona che ama, si occuperà concretamente di cosa fare solo nei giorni immediatamente a ridosso della festa; i più previdenti sono gli uomini: il 30% ha cominciato a pensarci già almeno da metà gennaio.

E, conti alla mano: il 37% delle donne spenderà tra i 10 e i 30 euro; il 20% tra i 30 e i 50 euro. Il 30% degli uomini mette sul piatto tra i 30 e i 50 euro; il 25% tra 10 e 30 euro; il 16% fino a 100 euro.

*"Persino con un piccolo budget ci si può portare a casa un bel presente per chi si ama - commenta Constantin Wiethaus, amministratore delegato di PromoQui -. Risparmiare è possibile sempre, anche in occasione del 14 febbraio: sono molte le insegne che propongono delle offerte "romantiche". **Per individuarle velocemente, senza sfogliare tutti i volantini, basta andare sul motore di ricerca di PromoQui.it e digitare le parole chiave "san valentino"**.*

Al sondaggio promosso da PromoQui hanno partecipato 1696 persone (76% donne, 24% uomini).

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

On line dalla fine ottobre 2011, sotto la guida di Constantin Wiethaus ha registrato una straordinaria e rapida crescita sul circuito digitale. A settembre 2012 ha sottoscritto un importante accordo di partnership societaria e commerciale con il Gruppo Monrif. I numeri, ad oggi: 2.000.000 di utenti unici e oltre 40 milioni di pagine viste al mese; più di 700 nuovi volantini processati ogni settimana e inseriti nel motore di ricerca, riferiti a circa 200 insegne della GDO; copertura di 113 province italiane, per un totale di oltre 40mila punti vendita tra supermercati, centri commerciali, negozi e oltre 200 mila offerte giornaliere. Oltre 600mila le app scaricate.

Il motore di ricerca PromoQui 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, ed è destinata ad allargarsi: dai prodotti alimentari a quelli per la persona, da quelli per la casa allo sport, dal bricolage all'elettronica. PromoQui è uno strumento di comunicazione al servizio della distribuzione, sia della GDO sia dei retailer, e al tempo stesso 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 in viaggio.

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 disponibili 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 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>

SPE (Società Pubblicità Editoriale) 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.

Ufficio Stampa PromoQui

Anna Maria Cebrelli – 338.74.17.943

ufficiostampa@promoqui.it