

Regali di Natale: un italiano su tre, quest'anno, non li farà

*Obama è l'ospite preferito dalle donne; Renzi quello più gradito agli uomini
La spesa si fa con i volantini. Cenone vegetariano per il 5% degli italiani.
I regali peggiori. Tutti i risultati della ricerca condotta da PromoQui.it*

Bologna, 4 dicembre 2014 - Natale? Nello Stivale, è decisamente "con i tuoi": l'antico proverbio popolare è ancora saldamente radicato nelle abitudini degli italiani che, al 77% scelgono di trascorrere questa festa con i propri cari (il restante 23% non esclude a priori questa possibilità, solo non la sente vincolante, imprescindibile).

I rossi di calendario natalizi saranno giorni dedicati al riposo (55%), da trascorrere con gli amici (24%). Ma se si potesse invitare un politico a casa, il più "desiderato" in assoluto è Obama (lo ospiterebbe volentieri il 22% degli uomini e il 38% delle donne), seguito a distanza da Renzi (preferito dal 27% di uomini e dal 21% di donne).

E' quanto emerge dalla ricerca realizzata a novembre 2014 da **PromoQui.it**, il primo servizio che - grazie al suo motore di ricerca - permette di accedere e consultare da web e da mobile tutte le offerte in forma di volantino, coupon o catalogo anche in prossimità del negozio. **Per tutto dicembre 2014** sarà inoltre disponibile una speciale chiave-categoria di ricerca: "**Natale**". Questa, spiega Constantin Wiethaus, amministratore delegato PromoQui, "consentirà di individuare ancora più rapidamente le promozioni, le iniziative e i prodotti speciali pensati dagli esercenti per questa ricorrenza".

Il tempo del pensare...

A proposito di pacchi regalo, che le donne siano più previdenti non sorprende; il 32% ha già iniziato, sin da dopo le vacanze estive, a guardarsi intorno per trovare il dono giusto e/o l'acquisto più conveniente. Un altro 37% ha cominciato il mese scorso (novembre). Solo il 12% ci penserà a ridosso delle feste; il 19% ha deciso di non fare nulla.

Gli uomini? Ci ha già pensato solo il 18%; quasi un po' costretti dall'incalzare degli eventi, il 21% penserà ai regali nell'imminenza del Natale. Il 30% non farà alcun dono.

I destinatari dei regali, in ordine di preferenza

A chi si fanno i regali? Le donne, in primo luogo pensano ai figli (72%) e poi al partner (67%). Seguono i genitori (53%), i nipoti (51%), gli amici più cari (45%) e i fratelli (39%). Il 3% ha pianificato anche un pensiero per il proprio titolare/responsabile sul lavoro; il 10% comprerà qualcosa di speciale anche per i propri animali domestici.

Il primo pensiero degli uomini è invece rivolto alle loro compagne/fidanzate/mogli (73%), poi vengono i figli (66%), i nipoti (53%), i genitori (29%), gli amici importanti (26%) e i fratelli (25%). Il 13% lascerà un contributo alle associazioni di volontariato.

Dove si scelgono i doni

I regali verranno acquistati soprattutto on line dall'11% del campione maschile (e dal 6% delle donne); il 40% degli italiani approfitterà sia delle vetrine online che di quelle più tradizionali, scegliendo gli articoli direttamente in negozio o nei mercatini (uno su due, invece, non prende neanche in considerazione la possibilità di acquistare su internet, in questo caso).

Il budget (degli uomini e delle donne)

Tra chi ha già deciso che farà i regali, il 30% non ha ancora deciso quanto spendere; in generale comunque il budget femminile è più ridotto: nel 48% dei casi sarà di massimo 200 euro, nel 20% potrà

arrivare fino a 500 euro e solo per il 3% fino a 1000 euro. Gli uomini che hanno pianificato una spesa massimo di 200 euro solo il 38%; il 26% ha messo in conto fino a 500 euro e un restante 6% dedicherà fino a 1000 euro.

Sostanzialmente il budget destinato ai regali è lo stesso dell'anno scorso per il 60% del campione; il 40% lo ha ridotto.

I regali preferiti

Cosa vorrebbe ricevere una donna in regalo? Un viaggio (25%), abbigliamento (16%), a parimerito tecnologia per la casa (elettrodomestici, home theatre ecc) e per il tempo libero (smartphone, tablet; 11%) ma anche una bella dichiarazione d'amore (10%).

Nella lista maschile dei preferiti, il primo posto è rappresentato dalla tecnologia mobile (smartphone, tablet; 18%). Poi troviamo l'abbigliamento (gradito dal 15%), quindi i viaggi (14%) e a parimerito (9%) tecnologia domestica e, forse a sorpresa, una dichiarazione d'amore.

Il peggior "pacco" di Natale..

Un pensiero si prende per quel che è. Ma a prescindere, ecco un elenco di quelli che vengono considerati i peggiori regali ricevuti: un quadro di cera pressata, i calzini, un dopobarba senza marca, un'imitazione di vaso cinese, un presepe di plastica gommata, una penna non funzionante, un calendario, un copriwater in spugna, un frullatore, un candelabro, le lenzuola, accessori di pessimo gusto. Giusto per saperlo.

Il panettone... che fa Natale

E' tempo di dolci natalizi; il fatto che siano stati messi in vendita sin da ottobre non è piaciuto al 60% degli italiani che pensano sia più appropriata una proposta a partire da metà novembre (31%) o decisamente come una volta, a dicembre (57%).

In ogni caso, a Natale sarà ancora e sempre il panettone tradizionale a farla da padrone sulle tavole: raccoglie infatti il 42% dei consensi. Il pandoro "semplice" si ferma al 32%. I "farciti" sono apprezzati dal 20%. Uno su tre compra soprattutto quelli venduti con sconti promozionali.

Per quasi un italiano su 2 il panettone può diventare un vero e proprio regalo; per gli altri, è semmai un "pensiero" da condividere.

Spumante, purchè italiano

A tavola si beve italiano: il 53% preferisce lo spumante dolce, il 32% il brut. Solo il 5% porterà in tavola bottiglie straniere. I restanti, non amano il genere.

A Capodanno, avanza la scelta vegetariana/vegana

Il cenone di Capodanno sarà per il 68% sicuramente all'insegna di lenticchie e cotechino, come da tradizione. Ma si affaccia un 5% di italiani che sceglierà festeggiamenti più ecocentrici: sì alle lenticchie ma no a zamponi e cotechini, che stanno meglio "addosso" agli animali. Una scelta etica e di rispetto.

Prima della spesa, si controllano le offerte sui volantini...

E tra pranzi e cene importanti, la spesa diventa un momento strategico: il 79% del campione la fa dopo aver verificato su PromoQui le offerte proposte dai volantini, nei negozi più vicini. Solo il 10% non fa caso alle promozioni. Il 6% punta ai negozi del commercio equo-solidale e il 4% sceglie di fare la spesa alimentare prevalentemente nei negozi biologici o acquista i prodotti delle linee bio vendute nei supermercati.

Alla ricerca, promossa da PromoQui tra i suoi iscritti, hanno partecipato 1653 persone (68% donne, 32% 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 (al 30 aprile 2014): 2.500.000 di utenti unici (il 43% da mobile) e oltre 90 milioni di pagine-volantino viste al mese; più di 1000 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 70mila punti vendita tra supermercati, centri commerciali, negozi e oltre 200 mila offerte giornaliere. Oltre 1.000.000 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>

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.

Ufficio Stampa PromoQui

Anna Maria Cebrelli – 338.74.17.943

ufficiostampa@promoqui.it