



## CI VUOLE TANTA PAZIENZA!

*Il 2016 è alle porte: nuovo anno nuovi propositi: “non voglio prendermela più per certe cose...” questo il buon proposito per gli italiani emerso dalla ricerca che QVC Italia, il retailer multicanale di shopping, ha commissionato a Human Highway su un campione rappresentativo degli italiani e dei clienti QVC.*

**Brugherio, 22 dicembre 2015** – La fine dell’anno è sempre l’occasione per fare un bilancio del passato, pensare al futuro ed esprimere alcuni propositi per migliorare la propria vita e quella di chi ci sta vicino. I buoni propositi degli italiani per il 2016 abbondano: ognuno ne ha in media 2,6 e il numero non cambia tra donne e uomini, tra giovani e meno giovani.

Sentiamo spesso frasi in cui si afferma che i problemi della nostra vita sono causati da ciò che ci circonda: la società, il lavoro, gli altri, il traffico, il condominio, la crisi... La risposta degli italiani è, invece, legata al miglioramento personale: i buoni propositi riferiti a sé stessi prevalgono di gran lunga su quelli riferiti alle relazioni con gli altri e con la società. La ricerca mette in luce come il passaggio dell’anno sia l’occasione per chiedere più a sé stessi che agli altri, come se fosse diffusa la consapevolezza che il mondo cambia se per primi cambiamo noi.

Ecco quali sono i buoni propositi degli italiani per il 2016:

*“non prendermela più per certe cose, lasciarle passare”*

*“essere più determinato nel perseguire i miei obiettivi”*

*“essere più paziente con chi mi sta vicino”*

Se confrontiamo i buoni propositi degli italiani con il panel dei clienti QVC, prevalentemente femminile, notiamo che il benessere e la cura della propria immagine si impongono sugli altri risultati. Sul canale multimediale dedicato allo shopping, infatti, trovano idee e suggerimenti a supporto di questi proponimenti, in quanto la categoria beauty prevede un’ampia offerta di prodotti dedicati, con un’attenzione particolare per il mondo personal-care e superfood in continua evoluzione.

Se continuiamo ad indagare nelle aspirazioni delle clienti QVC, notiamo una propensione al miglioramento personale con una percentuale doppia rispetto all’intera popolazione. Sono quindi donne consapevoli che vogliono autorealizzarsi.



I buoni propositi hanno un'età e un genere. Si va dall'occuparsi degli altri (età media di quasi 45 anni) alla limitazione dell'utilizzo dello smartphone e social network per stare maggiormente in compagnia (33,6 anni). Gli uomini si ripromettono di essere più presenti in famiglia nel 2016 mentre tra le donne si nota un atteggiamento interiore - non prendersela più, lasciar correre - ed esteriore, perdere peso.

## METODOLOGIA

La metodologia si è sviluppata su due panel differenti. Un primo campione "generico" di 1.006 utenti internet rappresentativo di 30,7 milioni di persone, tra uomini e donne, residenti su tutto il territorio italiano, sopra i 15 anni, messo a confronto a un secondo più specifico, ricavato da un data-base e composto da 1.207 clienti QVC Italia, tutti maggiorenni, di cui il 94,9% donne. In entrambi i casi, gli intervistati hanno privilegiato la sfera personale. In particolare per l'attitudine a voler migliorare il proprio modo di essere e di apparire che tende a predominare su tutti.

## Informazioni su QVC

QVC, il retailer multimediale di shopping e intrattenimento, è stato fondato nel 1986 negli Stati Uniti. Oggi è il secondo network televisivo americano con un fatturato di 8,8 miliardi di dollari e opera come retailer multimediale globale con oltre 13,5 milioni di clienti tra Stati Uniti, Gran Bretagna, Germania, Giappone, Italia, Cina - paese in cui è stata lanciata la joint venture con CNR Mall - e Francia. QVC propone prodotti dei migliori brand di gioielleria, moda, bellezza, casa ed elettronica. La sede italiana è situata in un edificio all'avanguardia dal punto di vista della sostenibilità ambientale e ospita studi di registrazione che vantano le tecnologie più innovative, oltre a un call center. Lo staff è guidato da Paolo Penati.

## Informazioni su Human Highway

Human Highway è un istituto di ricerca specializzato nell'analisi dei servizi, della comunicazione e del marketing online. L'attività di ricerca e d'indagine di Human Highway si svolge sul Web, mediante l'utilizzo di un panel rappresentativo della popolazione Internet italiana e grazie a un'innovativa suite di strumenti di ricerca per l'analisi dell'Internet economy, lo studio di efficacia delle campagne di comunicazione e la trasformazione dei media prodotta dalle tecnologie e dalla Rete. Human Highway è socio del Consorzio Netcomm, per il quale cura la misurazione dell'indice mensile sull'eCommerce italiano. Maggiori informazioni su: <http://www.humanhighway.it> o scrivendo a [info@humanhighway.it](mailto:info@humanhighway.it)



**Informazioni per i media**

**Ufficio Stampa QVC Italia:**

**M&C SAATCHI PR**

- Laura Duci – [laura.duci@mcsaatchipr.it](mailto:laura.duci@mcsaatchipr.it) tel. 02 36748276
- Francesca Nosedà – [francesca.nosedà@mcsaatchipr.it](mailto:francesca.nosedà@mcsaatchipr.it) tel. 02 36748274

**QVC Italia**

- Alessandra Damaschino – [alessandra.damaschino@qvc.com](mailto:alessandra.damaschino@qvc.com) - tel. 342 8537896
  - Sabrina Pigola - [sabrina.pigola@qvc.com](mailto:sabrina.pigola@qvc.com) - tel. 349 6049402