

Comunicato stampa

Gli italiani dedicano 5 ore e mezza a settimana alla cura della persona

Milano, 26 gennaio 2016

Press Contact:
Chiara Gallina
GfK
via Tortona, 33
20144 Milano

T +39 02 8705 3340

chiara.gallina@gfk.com

Secondo un sondaggio condotto da GfK in 22 Paesi, gli italiani sono al primo posto per tempo dedicato al proprio look. Per il 69% degli intervistati curare il proprio aspetto serve innanzitutto per sentirsi meglio con se stessi.

Italiani popolo di vanitosi? Secondo un'indagine online GfK - che ha coinvolto oltre 27.000 consumatori in 22 Paesi - il nostro Paese è al primo posto per tempo dedicato alla cura della persona. In media, ogni italiano impiega oltre 5 ore e mezza a settimana in attività finalizzate a migliorare il proprio look (6,2 ore nel caso delle donne, 5 ore gli uomini).

Seguono in classifica argentini e americani, che dedicano al proprio aspetto circa 5 ore e un quarto a settimana. In fondo alla graduatoria troviamo i cinesi, che dichiarano di spendere meno di tre ore a settimana per la cura della persona, seguiti dai sudcoreani con poco più di tre ore e un quarto e dai giapponesi con tre ore e mezza.

Per quali ragioni le persone vogliono migliorare il proprio aspetto?

Sentirsi bene con se stessi: questa la ragione principale - citata dal 69% degli intervistati - per cui gli italiani curano il proprio look e cercano di apparire al meglio. Nella classifica delle motivazioni, seguono nell'ordine la volontà di avere il controllo della situazione (39%) e quella di dare il buon esempio ai propri figli (30%).

TOP 3 REASONS FOR TRYING TO LOOK GOOD AND WEEKLY TIME SPENT ON PERSONAL GROOMING



Scarica la foto in alta risoluzione: http://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/dyna_content/Global/Images/Infographics/GfK-Infographic-Looking-good-Countries-Web-RGB.jpg

La classifica varia leggermente a seconda della classe di età considerata. Infatti, se le prime due posizioni rimangono stabili, la terza è un specchio delle preoccupazioni tipiche di ciascuna fase della vita: gli intervistati tra i 15 e i 19 anni citano al terzo posto la volontà di esprimere la propria personalità; tra i 20 e i 40 anni emerge la volontà di compiacere il partner mentre dopo i 40 diventa più importante diventare un esempio per i propri figli.

La fascia di età che dedica più tempo alla cura della persona è quella compresa tra i 50 e i 59 anni, seguita da quella tra i 20 e i 29 anni.

I risultati della ricerca a livello globale

Andando a vedere i risultati complessivi della ricerca, emergono alcune differenze rispetto all'Italia. La volontà di sentirsi bene con se stessi rimane al primo posto, citata dal 60% degli intervistati a livello globale. Al secondo posto c'è il desiderio di fare una buona impressione sulle persone che si incontrano per la prima volta (44%) e al terzo dare un buon esempio ai propri figli (40%).

Queste motivazioni vengono citate ai primi tre posti sia dagli uomini che dalle donne, ma la volontà di sentirsi bene con se stessi risulta molto più importante per le donne, che la citano nel 67% dei casi (contro il 52% degli uomini). Al contrario, fare una buona prima impressione ed essere di esempio per i figli vengono menzionati da una percentuale quasi identica di uomini e donne.

TOP 3 REASONS FOR TRYING TO LOOK GOOD AND WEEKLY TIME SPENT ON PERSONAL GROOMING

Average across 22 countries



Source: GfK survey among 27,000+ internet users (ages 15+) in 22 countries - multiple answers possible - rounded

© GfK 2016

Scarica la foto in alta risoluzione: http://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/dyna_content/Global/images/Infographics/GfK-Infographic-Looking-good-Total-Web-RGB.jpg

Uomini e donne si tengono curati per gli stessi motivi?

Andando a vedere le altre motivazioni citate, emergono alcune differenze a seconda del genere dell'intervistato. Nel caso degli uomini, al quarto e quinto posto si trovano spiegazioni legate alla sfera dei sentimenti e della seduzione. Infatti, essi vogliono apparire al meglio per compiacere il coniuge

o il partner (37%) oppure per fare una buona impressione sulle persone che trovano attraenti (36%).

Al contrario, le donne sono più motivate dal desiderio di esprimere la propria personalità e dall'idea di avere il controllo della situazione (entrambe queste ragioni vengono citate dal 40% delle intervistate).

Andando a vedere il tempo riservato alla cura personale, le donne intervistate dichiarano di impiegare quasi cinque ore a settimana, mentre gli uomini dedicano al proprio look poco più di tre ore.

Le motivazioni per apparire al meglio cambiano a seconda dell'età

Tutte le classi di età concordano sul fatto che sentirsi bene con se stessi è la motivazione più importante per prendersi cura del proprio aspetto.

Emergono però delle sfumature diverse a seconda dell'età considerata. Ad esempio, non stupisce che le persone con meno di 30 anni diano particolare importanza alla possibilità di fare una buona impressione con le persone che incontrano per la prima volta (secondo posto) e con quelle che trovano attraenti (terzo posto). Tra i 30 e i 50 anni, rappresentare un buon esempio per i figli si posiziona sempre al secondo posto, mentre dopo i 50 anni compiacere il partner diventa la terza motivazione più comunemente citata.

A proposito della ricerca

GfK ha condotto un sondaggio online in 22 Paesi, coinvolgendo oltre 27.000 consumatori con più di 15 anni. La ricerca ha avuto un inizio sfalsato nei vari Paesi e si è conclusa nel mese di giugno 2015. I dati sono stati ponderati in modo da riflettere la composizione demografica della popolazione di età superiore a 15 anni presente in ciascun mercato. I paesi coinvolti nella ricerca sono: Argentina, Australia, Belgio, Brasile, Canada, Cina, Repubblica Ceca, Francia, Germania, Hong Kong, Italia, Giappone, Messico, Paesi Bassi, Polonia, Russia, Corea del Sud, Spagna, Svezia, Turchia, Regno Unito e Stati Uniti d'America.

A proposito di GfK

GfK è una fonte affidabile di informazioni su consumatori e mercati che supporta i propri Clienti nelle decisioni strategiche. Oltre 13.000 esperti di mercato combinano passione e pluriennale esperienza metodologica di GfK nel trattamento delle informazioni. In questo modo GfK è in grado di fornire informazioni strategiche globali integrate e la conoscenza del mercato locale di oltre 100 Paesi del mondo. Attraverso l'uso di tecnologie innovative ed avanzate metodologie statistiche, GfK trasforma i dati in informazioni mirate, permettendo ai Clienti di migliorare il vantaggio competitivo, e di arricchire le conoscenze sul processo di acquisto dei consumatori.

Per maggiori informazioni visitate il sito: <http://www.gfk.com/it> o seguite il profilo Twitter di GfK: https://twitter.com/GfK_en