

L'innovazione tecnologica, come il calcio, tra i primi interessi degli Italiani. Vecchi miti e nuove passioni svelati da ciao.it

Una ricerca condotta dal portale di shopping per i consumatori ciao.it scopre come la tecnologia è entrata a far parte delle passioni degli abitanti del Bel Paese

Milano, XX giugno 2010 – Quanto è importante la tecnologia per il popolo italiano? Una ricerca condotta da ciao.it, la shopping community numero uno in Europa e in Italia* mette in luce che oltre a tifare per la nazionale azzurra, gli italiani tifano anche per l'innovazione tecnologica. Inoltre, i risultati della ricerca dicono che per otto italiani su dieci l'innovazione tecnologica è fondamentale perché aiuta e semplifica la vita quotidiana ed è estremamente necessaria per far girare l'economia del Paese.

L'innovazione tecnologica nella vita degli italiani

La passione del popolo italiano per il calcio, soprattutto con i Mondiali alle porte, è ben nota. Ma la ricerca di ciao.it svela che oggi a questa tradizionale propensione tipica del nostro Paese, si aggiunge anche un crescente interesse per le novità tecnologiche. A modo di conferma, la verifica di come il fenomeno "Mondiali" si ripercuote anche sulla tecnologia: un italiano su tre mette al primo posto tra gli oggetti tecnologici più agognati i televisori LCD di ultima generazione. Tendenza che si verifica anche sulle chart di ciao.it: tra i 20 prodotti elettronici più ricercati, 18 sono televisori LCD a grande schermo e le ricerche dei consumatori per questa tipologia di articolo sono quadruplicate negli ultimi mesi. Sarà per guardare le partite della nazionale come se fossero allo stadio che più della metà degli uomini è più sensibile al fascino di questi schermi ad alta definizione? Nel caso delle donne, infatti, questa percentuale scende a una su quattro.

In linea con i risultati del sondaggio, tra gli articoli tecnologici più ricercati su ciao.it seguono a stretto giro di boa nelle preferenze degli italiani i Netbook, PC portatili di piccole dimensioni (27%) e in terzo posto gli Smartphone (25%), che a sorpresa perdono il primato del mercato.

Alessia Bulani

Hotwire PR

Tel +39 348 018 98 46

alessia.bulani@hotwirepr.com

Ruben Martin

Hotwire PR

Tel +39 02772967

Ruben.Martin@hotwirepr.com

Ulrike Piesch

PR Manager EMEA

Ciao Commerce Division

Tel +49 89 3176 7378

Fax +49 89 35 04 33 66

ulrikep@microsoft.com

www.ciao-group.com

www.ciao.it

<http://socialmedia.ciao.it>

http://twitter.com/ciao_it

Microsoft Deutschland GmbH
Ciao Commerce Division
Leopoldstr. 236
80807 München | Deutschland

Geschäftsführung:

Achim Berg (Vorsitzender), Marcel Schneider, Benjamin O. Orndorff, Keith Dolliver

Amtsgericht München, HRB 70438

*Font: Toluna online survey conducted by ciao.it - May 2010

[1] comScore Media Metrix, dicembre 2009 valutata in termini complessivi di visitatori unici in Germania, UK, Francia, Italia, Spagna, Paesi Bassi e Svezia. È stata misurata, inoltre, la popolazione totale che usa internet in tutti questi stessi paesi durante il medesimo periodo.

Status symbol o praticità d'uso?

Che gli italiani acquistino dispositivi elettronici solo perché rappresentano uno status symbol è un altro mito oscurato dai risultati della ricerca di ciao.it, che svelano che per un abitante dello stivale su tre conta di più innovazione tecnologica e funzionalità dell'oggetto in questione insieme alla sua praticità. Il prezzo costituisce anche un elemento importante e gli italiani usano sempre di più i siti di comparazione di prezzi. Poco contano il marchio o il designer che ha realizzato l'oggetto.

Le recensioni online aiutano le decisioni d'acquisto

Un altro dato eclatante riguarda ciò che influenza la decisione d'acquisto dei prodotti tecnologici: prima di comprare il 35% degli italiani consulta online recensioni delle shopping community e il 23% tiene in considerazione la propria esperienza pregressa d'acquisto. Il passaparola tra parenti e amici, in passato il primo criterio da prendere in considerazione, slitta oggi al terzo posto con un lontano 15%.

Shopping online e viceversa

Amanti dell'innovazione tecnologica ma allo stesso tempo conservatori, gli italiani si guardano bene dal buttare via gli oggetti tecnologici non più utilizzati! Uno su tre regala o mette in cantina i dispositivi che cadono in disuso mentre un terzo di loro decide di aiutare il budget familiare vendendoli online su siti specializzati.

Su Ciao

Ciao è leader a livello europeo tra i portali per il confronto dei prezzi dedicato ai consumatori*. E' presente in Germania, Inghilterra, Francia, Spagna, Italia, Paesi Bassi e Svezia. Su Ciao, i consumatori trovano, nelle rispettive lingue, più di 5.5 milioni di valutazioni e opinioni su oltre 7.7 milioni di prodotti suddivisi in 20 categorie.

La rete di siti Ciao (www.ciao.de, www.ciao.co.uk, www.ciao.fr, www.ciao.it, www.ciao.es, www.ciao-shopping.nl, www.ciao.se) è interamente gestita dalla Ciao GmbH, società fondata nel 1999 con sede a Monaco di Baviera e collocamenti regionali a Londra, Timisoara (Romania) e Wroclaw (Polonia). Dopo l'acquisto da parte di Microsoft Corporation nell'ottobre del 2008, Ciao sviluppa sotto il nome di Commerce Division l'attività europea di e-commerce di Microsoft.

*Font: Toluna online survey conducted by ciao.it - May 2010

[¹]comScore Media Metrix, dicembre 2009 valutata in termini complessivi di visitatori unici in Germania, UK, Francia, Italia, Spagna, Paesi Bassi e Svezia. È stata misurata, inoltre, la popolazione totale che usa internet in tutti questi stessi paesi durante il medesimo periodo.

presseinfo | press release | comunicato stampa | comunicado de prensa | communiqué de presse | persbericht

Microsoft Corporation (Nasdaq "MSFT") è stata fondata nel 1975 ed è leader mondiale nella produzione di software, servizi e soluzioni che aiutano a sviluppare il potenziale di business di persone e aziende di ogni dimensione in tutti i settori.

Per ulteriori informazioni: <http://www.ciao-group.com> oppure <http://socialmedia.ciao.it>

*Font: Toluna online survey conducted by ciao.it - May 2010

[*]comScore Media Metrix, dicembre 2009 valutata in termini complessivi di visitatori unici in Germania, UK, Francia, Italia, Spagna, Paesi Bassi e Svezia. È stata misurata, inoltre, la popolazione totale che usa internet in tutti questi stessi paesi durante il medesimo periodo.