

## LOVE ECONOMY

### “L’IMPATTO ECONOMICO DEL DATING IN ITALIA”

Il settore del dating sta crescendo negli ultimi anni in modo progressivo, diventando sempre più un mercato che gioca un ruolo attivo sia nelle vita delle persone che nei Paesi in cui agisce.

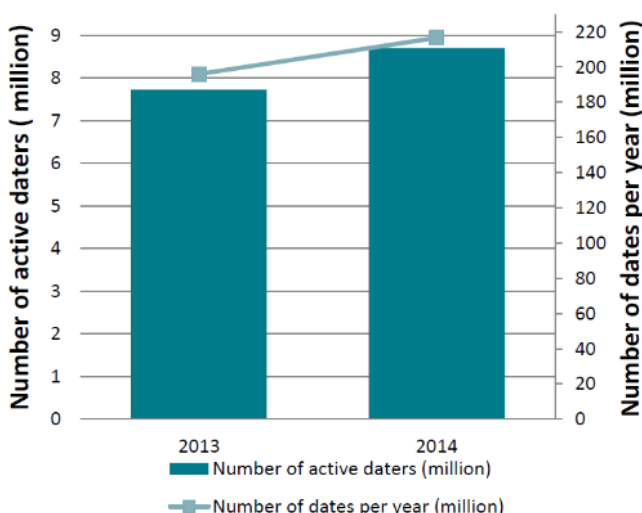
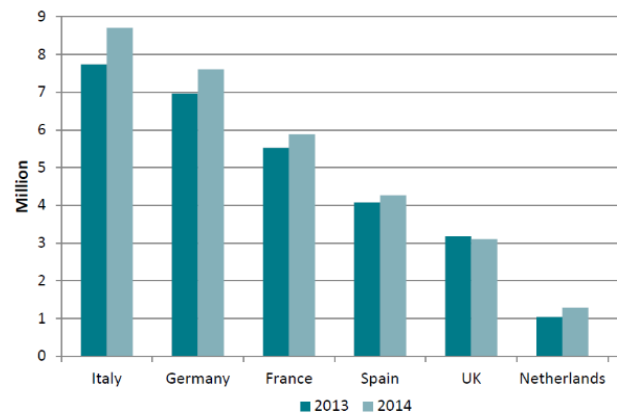
Un’analisi commissionata a livello Europeo da Meetic a Cebr\* per esaminare l’impatto economico del dating ha infatti rivelato che questo mercato genera oggi in tutta Europa, Italia inclusa, un rilevante ritorno sul PIL, contribuendo dunque alla crescita economica.

#### QUANTI SONO I DATERS IN ITALIA?

La popolazione adulta Italiana conta oggi 51.3 milioni di persone di cui il 17% sono daters attivi, ovvero persone che si stanno recando a un appuntamento.

Il **numero dei daters** cresce in Italia, con **8,7 milioni** nel 2014, ovvero un incremento del 13% rispetto all’anno precedente, ricoprendo un peso importante sui **30,9 milioni** di daters attivi in **Europa**, ovvero il 10% degli Europei.

L’Italia ha infatti il più alto numero di single attivo con incontri e appuntamenti, un trend che continua a crescere nella Penisola distanziandosi da altri Paesi quali Regno Unito che è rimasto stabile e Germania, Francia e Spagna che hanno registrato un incremento inferiore.



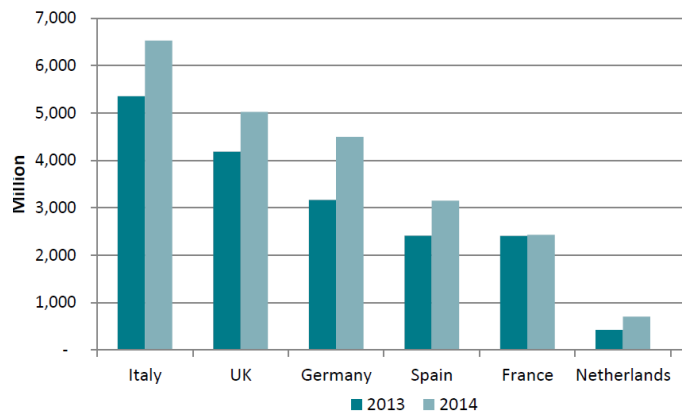
Ogni single italiano mediamente vive **25 appuntamenti** all’anno per un un totale di 218 milioni di incontri vissuti nel 2014 e **più di un incontro al minuto**. Un trend di crescita che conferma un processo di apertura socio-culturale in atto nel nostro Paese in direzione di una ricerca sempre più attenta di nuove opportunità per fare conoscenze e incontri.

\* Ricerca “Il Contributo economico del dating” condotta su 6 Paesi Europei (Germania, Francia, Italia, Gran Bretagna, Spagna, Paesi Bassi) su un campione rappresentativo di 3.000 daters attivi nei relativi Paesi nel periodo 2013-2014.

## QUANTO SI SPENDE PER IL DATING IN ITALIA?

Il crescente numero dei daters ha portato un conseguente **impatto del dating sul portafoglio degli Italiani**, che sempre più spesso si apre per sostenere spese legate alle attività organizzate per un nuovo appuntamento.

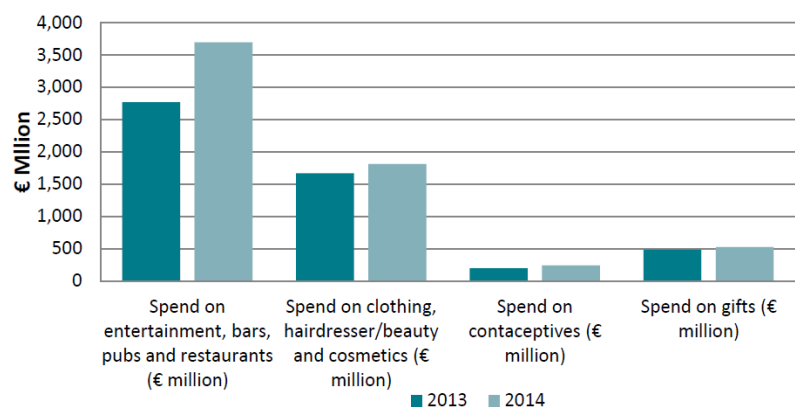
La **spesa degli Italiani** dedicata alla gestione degli incontri è infatti aumentata ed oggi ammonta a **6.5 miliardi di euro** rispetto ai 5.4 miliardi del 2013, un trend in linea con quanto accade in Europa dove si registra una media di 22.2 miliardi di euro (+24% rispetto al 2013). In questo scenario l'Italia insieme alla Germania si posiziona tra le nazioni più forti e con trend più rilevanti. In particolare il nostro Paese risulta essere quello dove la crescita della spesa dei consumatori è più alta a causa di un incremento davvero significativo sul 2013 e dove l'impatto del dating sul PIL si attesta a 0,7%.



## QUALI SETTORI BENEFICIANO DEL DATING?

La scelta di spendere dei soldi per incontri che potrebbero farci trovare il partner ideale o conoscere nuove persone interessanti che condividono le medesime passioni, nasce nel nostro Paese da una spiccata propensione degli Italiani ad essere fashion e attenti alla bellezza, avere voglia di svagarsi e di intrattenersi con attività mondane e divertimento.

Nel 2014 sono stati spesi **998 milioni di euro in abbigliamento e accessori di moda**, con una media annuale individuale di 114,55 € per essere trendy ad ogni nuovo incontro. La moda non è l'unico settore a beneficiare degli effetti positivi del dating, poiché anche il beauty e la cura dell'estetica viaggiano in parallelo, ricoprendo oggi un peso sempre più importante (813 milioni €) e generando insieme al fashion **1.8 miliardi €** investiti in prodotti per la cura della persona, cosmetica, trattamenti estetici, parrucchiere scarpe, borse, abiti e accessori (+8,5% rispetto al 2013 ovvero 141 milioni di euro).



Questi dati confermano un'attenzione del nostro Paese per il modo in cui ci si presenta a un appuntamento che rappresenta per noi una forma di espressione della personalità più che in altre country.

\* Ricerca "Il Contributo economico del dating" condotta su 6 Paesi Europei (Germania, Francia, Italia, Gran Bretagna, Spagna, Paesi Bassi) su un campione rappresentativo di 3.000 daters attivi nei relativi Paesi nel periodo 2013-2014.

Ma la industry che continua a godere di un forte impatto economico grazie al dating è ancora **l'intrattenimento** che è in un anno è cresciuto di 1 miliardo di euro, conquistandosi il posto più alto in Europa. L'intrattenimento rimane in testa alle classifiche con **3,7 miliardi di euro** di spesa effettuata in Italia (in Europa 13 miliardi di euro) per happy hour ai cocktail bar, cene romantiche al ristorante e serate divertenti al pub, con un investimento individuale annuo pari a 424 euro nel 2014 per gestire gli incontri.

La spesa per regali (528 milioni €) o per contraccettivi (241 milioni €) è rimasta infine invariata, insieme a quella per gli spostamenti che si attesta a 255 milioni di euro spesi annualmente (mezzi di trasporto pubblici e privati).

Sul totale dell'investimento economico sostenuto dagli Italiani per il dating, ecco l'incidenza delle singole voci di spesa:

CONSUMER SPENDING	Total national date-related spend per year (€ millions)	Breakdown of date-related spend
Transport	255	4%
Entertainment, Restaurants, Bars and Pubs	3,696	57%
Gifts	528	8%
Hairdressers/beauty salon	509	8%
Cosmetics	304	5%
Clothes	998	15%
Contraceptives	241	4%

\* Ricerca "Il Contributo economico del dating" condotta su 6 Paesi Europei (Germania, Francia, Italia, Gran Bretagna, Spagna, Paesi Bassi) su un campione rappresentativo di 3.000 daters attivi nei relativi Paesi nel periodo 2013-2014.