

## Speciale San Valentino

L'identikit del perfetto innamorato secondo un'indagine<sup>1</sup> di Showroomprive.it

- **Focus anello di fidanzamento: oltre la metà degli intervistati (55%) intende spendere quanto uno stipendio, quasi 2 italiani su 10 (16%) chiedono però consiglio alla mamma**
- **Il look ideale - Tubino nero, ma niente tacco 12: sentirsi a proprio agio è la carta vincente per il 46% dei rispondenti**
- **Il 46% comprerà il regalo di San Valentino online – Solo il 14 febbraio le spese di spedizione sono gratis su Showroomprive.it**

*Milano, 29 gennaio 2014 – Meglio un abito nero, che faccia sentire a proprio agio e possibilmente acquistato online: ecco i tre ingredienti che assicurano una cena di **San Valentino** indimenticabile. Questo è quanto emerge dal sondaggio a tema romantico realizzato da **Showroomprive.it**, il club di vendite private online specializzato nella vendita di moda online e uno dei principali player dell'Ecommerce internazionale.*

### Quale colore indossare al primo appuntamento?

Secondo il sondaggio realizzato da **Showroomprive.it**, entrambi i sessi concordano sul fatto che **il nero sia il colore che ci rende più seducenti** al nostro primo appuntamento (**47%**). Gli uomini scelgono poi **il rosso come seconda tonalità preferita** per la loro dolce metà in questa particolare occasione (**38%**), mentre, per l'universo femminile, la tavolozza dei colori rimane incentrata sui toni scuri, visto il secondo piazzamento del **blu** per la tenuta del loro principe ideale con il **33%** delle preferenze. La tonalità assolutamente **da evitare** sembra invece essere **il giallo (4,08%)**.

Se per fare una buona impressione si pensa che bastino garbo e attenzione ai dettagli, come ricordare a memoria luogo e ora del primo avvicinamento, si rischia di commettere un grave errore: **il look del primo appuntamento non si scorda mai**, nel bene, ma anche nel male.

Lo shopping pare quindi un potente rimedio allo "stress da primo appuntamento": di partenza infatti, il **39% degli italiani preferisce indossare capi d'abbigliamento o accessori nuovi al primo**

---

<sup>1</sup> Ricerca svolta da Beruby in collaborazione con Showroomprive.it prendendo in esame un campione di 1,000 individui

**appuntamento** per “sentirsi più attraente e meno nervoso/a”, a seguire altre regole auree a cui attenersi.

### **Cosa evitare per assicurarsi che scocchi la scintilla al primo invito galante:**

**Indossare un look che non rispecchia la nostra vera personalità**, completamente estraneo al nostro stile abituale, **per il 46% degli intervistati è il peggior errore** che si possa commettere. Il **27%** considera invece **penalizzante indossare troppi accessori**. Anche **indossare abiti eccessivamente provocanti non è una strategia pagante per il 16%** degli intervistati. Subito a seguire, uno **stile troppo troppo sobrio e ingessato (11%)**.

### **Dove compro il regalo di San Valentino?**

Gli italiani sono romantici, pur non dimenticando la praticità: **il 46%** degli intervistati dichiara infatti che acquisterà il proprio **regalo di San Valentino online**, in modo da poter godere di **sconti o promozioni** sui prezzi originali. A tal proposito, per la sola giornata di **San Valentino, su Showroomprive.it le spese di spedizione saranno gratis**, per concentrarsi così solo sul puro piacere dello shopping.

### **E se la relazione si fa “seria”... quanto dovrebbe spendere la dolce metà per l’anello di fidanzamento?**

- Il **55%** degli intervistati da **Showroomprive.it** ritiene che **l’anello di fidanzamento debba avere il costo medio di uno stipendio**
- Il **16%** ricorre ai **consigli della mamma** per avere un’idea della spesa adeguata da compiere per l’anello
- Il **17%** delle intervistate pensa che il **prezzo perfetto** debba essere **due volte superiore al salario mensile**
- Un **12%** sostiene invece che per dimostrare il proprio amore alla fidanzata **il giusto prezzo** dell’anello di fidanzamento debba essere pari a **tre mesi di stipendio**

### **A proposito di Showroomprive**

Showroomprive distribuisce più di 1.650 marchi italiani e internazionali in Italia, Francia, Portogallo, Spagna, Regno Unito, Belgio, Paesi Bassi e Polonia. Showroomprive ha 13 milioni di membri e ha realizzato un fatturato di 250 milioni di euro nel 2012, di cui il 25% proviene dal mobile.

Nel 2013 Showroomprive viene insignito del Primo Premio, categoria assoluta, al Netcomm eCommerce Award 2013, come miglior sito di e-commerce italiano. Nella stessa edizione si aggiudica anche il premio come miglior sito della categoria Abbigliamento e Accessori.

In Italia, attualmente vanta più di 1.5 milioni di membri, per un fatturato che nel 2012 ha raggiunto i 20 milioni di euro. Showroomprive.com ha una squadra in crescita di oltre 450 dipendenti, con uffici a Parigi e Madrid e 5 centri operativi logistici per un totale di 70.000 m2.

Showroomprive è inoltre l’unico club di vendite private in Europa che propone il servizio “Consegna Express in 72 ore” in tutti i paesi in cui opera.

Le vendite di Showroomprive vengono aggiornate ogni 4 o 5 giorni e offrono il meglio delle collezioni donna, uomo e bambino, accessori, arredi e prodotti per la casa, cosmetici e prodotti di bellezza, gastronomia, attrezzature sportive, materiale audiovisivo e hi-tech.

## **CONTATTI**

### **Showroomprive**

Virginia Hernández  
virginia.hernandez@showroomprive.com  
Marta Panera  
marta.panera@showroomprive.com

### **Mirandola Comunicazione**

www.mirandola.net  
showroomprive@mirandola.net  
0524 574708