

Comunicato stampa

30 settembre 2016

Press contact:

Chiara Gallina
Marketing & Communication
T +39 02 8705 3340
M +39 349 8864722
chiara.gallina@gfk.com

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Norimberga

Tel.: +49 911 395 0

Consiglio di amministrazione:
Dr. Gerhard Hausrucking
(Speaker del Management Board)
Christian Diedrich (CFO)
Matthias Hartmann
David Krajicek
Alessandra Cama

Presidente del
Consiglio di vigilanza:
Ralf Klein-Bölting

Registro delle imprese
Nürnberg HRB 25014

Un italiano su tre utilizza (o ha utilizzato) dispositivi per il monitoraggio di fitness e salute

Norimberga, 30 settembre 2016 – Anche tra gli italiani si diffondono gli Health & Fitness Tracker: circa un intervistato su tre dichiara di usarli (o di averlo fatto in passato). A livello internazionale, la Cina è di gran lunga al primo posto per la diffusione di questi dispositivi. Il profilo dell'utente medio: maschio e con un'età compresa tra i 20 e i 29 anni. Tra le motivazioni per dotarsi di un tracker, vengono citate soprattutto la possibilità di migliorare la forma fisica e lo stimolo a fare più sport.

Secondo una recente indagine di GfK - che ha coinvolto oltre 20.000 persone di 16 paesi - a livello internazionale una persona su tre (33%) utilizza dispositivi per monitorare o tracciare la propria attività fisica o per avere un quadro generale della propria salute. Considerando anche chi li ha utilizzati in passato, la percentuale di chi ha usato un tracker almeno una volta nella vita sale al 51%.

Anche in Italia la diffusione di questi prodotti è in crescita, seppure a livelli più bassi rispetto alla media internazionale: il 16% degli intervistati dichiara di usare attualmente un dispositivo per il monitoraggio, mentre 14% ammette di averlo fatto in passato. In totale, circa un italiano su tre utilizza (o ha utilizzato) dispositivi per il tracking.

Un trend confermato anche dai dati di vendita registrati da GfK: nei primi sei mesi del 2016 il comparto degli indossabili è cresciuto di quasi il 160% a unità e del 167% a valore. Nella categoria dei cosiddetti Health & Fitness Tracker o Activity Tracker rientrano dispositivi di vario tipo, dalle App da installare sul proprio Smartphone ai contapassi, dagli Smartwatch ai tracker con clip. Soluzioni tecnologiche che aiutano a monitorare un'ampia serie di parametri, quali ad esempio le calorie assunte o consumate, le ore di sonno, la frequenza cardiaca, la distanza percorsa o la temperatura cardiaca.

Andando a vedere più nel dettaglio le risposte degli italiani, si nota come i tracker siano più diffusi tra gli uomini (il 19% dichiara di usarne uno in questo momento) rispetto che tra le donne (14%).

Anche l'età dell'intervistato influenza in maniera significativa la diffusione di questi dispositivi: al primo posto troviamo infatti i ventenni (il 26% utilizza un tracker, il 21% lo ha fatto in passato), seguiti dalla fascia d'età 30-39 (il 43% usa o ha usato un dispositivo) e da quella 15-19 anni (il 33% ha utilizzato un tracker almeno una volta nella vita).

I risultati dell'indagine a livello internazionale

Tra i Paesi considerati, la Cina risulta essere al primo posto per la diffusione dei sistemi per il monitoraggio della salute e del fitness: ben il 45% degli intervistati ha dichiarato di farne attualmente uso. Seguono in classifica - con un distacco notevole - Brasile e Stati Uniti, entrambi con il 29%, quindi la Germania con il 28% e la Francia con il 26%.

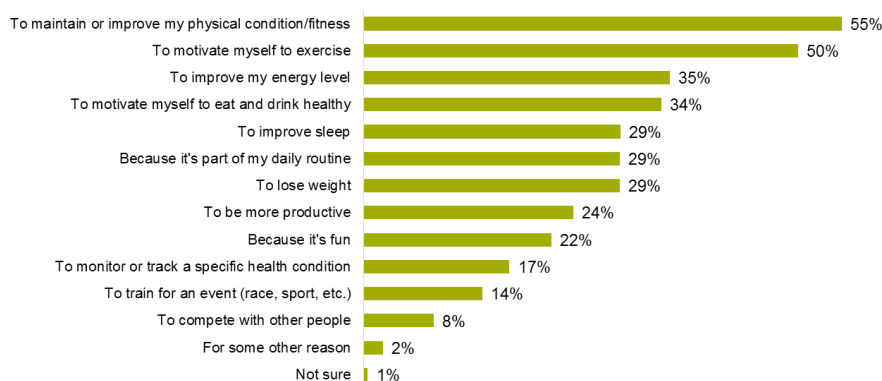
Nella maggior parte dei Paesi coinvolti nello studio, gli uomini monitorano più di frequente, rispetto alle donne, l'attività sportiva e i parametri legati alla salute fisica. Ci sono però cinque nazioni in controtendenza, dove le donne sono più attive nel *tracking*: Cina (48% delle donne, contro il 43% degli uomini), Russia (21% delle donne, contro il 17% degli uomini), Francia (27% e 25%), Australia (20% e 18%) e Canada (20% e 19%).

Analizzando invece i risultati per fasce d'età, emerge come siano soprattutto i trentenni (41%) e i ventenni (39%) a utilizzare maggiormente i sistemi per il monitoraggio di salute e fitness. Dopo i 40 anni, la diffusione di questi dispositivi diminuisce con l'aumentare dell'età dell'intervistato.

Guardando ai più giovani, tuttavia, emerge come tra gli adolescenti (15-19 anni) e i ventenni (20-29 anni) quasi un quarto degli intervistati dichiara di aver utilizzato in passato dispositivi per il monitoraggio. Questo suggerisce un bacino più ampio di "utenti passati" che conoscono già le potenzialità dei prodotti e che potrebbero essere convinti facilmente a tornare ad utilizzarli con offerte o iniziative specifiche.

Quali sono le motivazioni per usare i dispositivi di tracking?

Oltre la metà (55%) di coloro che utilizzano sistemi per il monitoraggio della salute e dell'attività fisica dichiara di farlo "per mantenere o migliorare la forma fisica". Questo è il motivo indicato più di frequente, a livello internazionale. "Motivarsi a fare attività fisica" è la seconda ragione più citata, indicata dal 50% degli intervistati.



Fonte: Indagine online GfK che ha coinvolto persone con più di 15 anni che stanno utilizzando sistemi per il tracking di salute e attività sportiva (possibili risposte multiple).

I benefici connessi allo sport non sono però gli unici citati da chi ha deciso di monitorare le proprie funzioni vitali. Oltre un terzo degli intervistati dichiara di utilizzare i tracker per “aumentare il proprio livello di energia” o per “motivarsi a mangiare e bere in maniera più sana”.

Il 29% delle persone sostiene di farlo per “dormire meglio” e circa uno su quattro per “essere più produttivo”. Infine, il 22% dichiara di farlo “per divertimento”, mentre solo il 14% monitora le proprie performance per “allenarsi per un evento specifico”.

Per conoscere i risultati dello studio per tutti i 16 paesi visitare il sito:
www.gfk.com/global-studies/global-study-overview/

A proposito dell'indagine

GfK ha condotto un'indagine online in 16 Paesi, coinvolgendo oltre 20.000 consumatori dai 15 anni in su. La rilevazione è stata effettuata nell'estate 2016. 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, Francia, Germania, Italia, Messico, Paesi Bassi, Russia, Corea del Sud, Spagna, Regno Unito e Stati Uniti d'America.

A proposito di GfK

GfK rappresenta una fonte attendibile di informazioni sui mercati e sui consumatori, a supporto del processo decisionale dei clienti. Oltre 13.000 esperti di mercato combinano passione personale con la pluriennale esperienza metodologica di GfK nel trattamento delle informazioni. In questo modo, GfK è in grado di fornire informazioni strategiche globali, integrate dalla conoscenza del mercato locale di oltre 100 Paesi del mondo. Attraverso l'uso di tecnologie innovative e metodologie statistiche avanzate, GfK trasforma i “Big Data” in esperienza, permettendo ai Clienti di migliorare il proprio vantaggio competitivo e di arricchire la conoscenza sul processo di acquisto dei consumatori.

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