

IL MERCATO DELL'ONLINE-DATING IN ITALIA PER IL 2009-2010



La ricerca dell'anima gemella in Italia sta vivendo un boom, di tutto rispetto, da alcuni anni, ma finora nessuno si è preoccupato, di analizzare questo mercato in modo sistematico. Ora non più: noi ci siamo preoccupati, per la prima volta, di mettere insieme tutti i fattori più rilevanti riguardanti l'Online Dating. I risultati sono frutto di esiti di ricerche di mercato, analisi del traffico su Internet e provengono soprattutto da colloqui diretti con i portali che hanno un ruolo predominante nel settore.

1. SINGLE IN INTERNET

Su una popolazione di circa 59 milioni di italiani, circa 7,2 milioni sono attualmente „Single“. L'espressione "single" è un concetto difficile da definire con un significato inequivocabile (p. es. una 72enne può essere ancora considerata single?). Nel giro di un anno circa 10,8 milioni si può ritrovare temporaneamente con lo status di „Single“. Di questi circa 5,5 milioni naviga regolarmente su Internet e va a formare il principale gruppo di riferimento (Target) del settore. Alcune stime prevedono che a questo numero si aggiungerà un ulteriore 25% di interessati (per la maggior parte uomini), che vivono in una relazione di coppia.

2. UTENTI DELL'ONLINE-DATING

Il Boom della ricerca del partner su Internet è iniziata in Italia nel 2002. In quell'anno, si sono registrati più di 100.000 annunci di contatto in rete. Attualmente, circa 2,7 milioni di italiani utilizzano mensilmente i siti di ricerca dell'anima gemella, oltre 500.000 sono quelli nel „Adult Dating“ (per scappatelle, scambi di coppia, sadomaso, feticismo). Questo numero è dal 2007 in continuo aumento.

3. OPERATORI E GIRO D'AFFARI DEL SETTORE

Fondamentalmente è possibile categorizzare gli operatori nel settore in 4 classi:

- siti di annunci personali, a responsabilità propria di chi cerca
- agenzie matrimoniali online con mediazione da parte di psicologi
- portali di annunci erotici per adulti, per incontri erotici
- portali di nicchia per persone religiose, genitori soli, persone obese, omosessuali ...

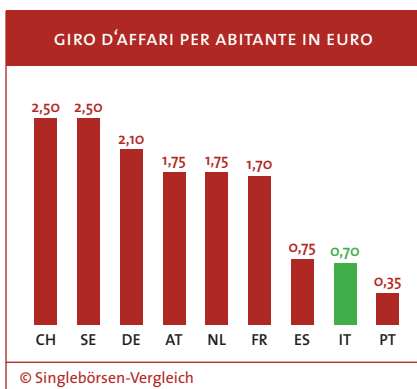
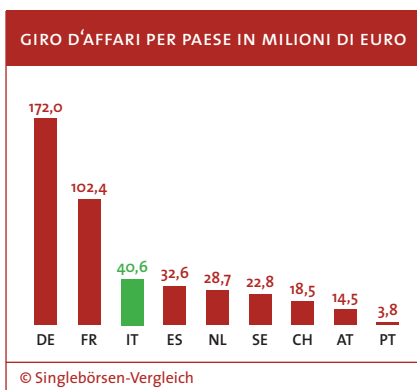
In Italia ci sono in media molti di questi portali, la maggior parte dei quali è costituita da siti di contatti personali-mercato in piazza. A circa 16 di questi è riuscito, di raggiungere un numero di iscritti superiore ai 100.000 utenti. In ogni qual modo, c'è stato negli ultimi anni un chiaro consolidamento, e molti dei maggiori operatori come ad esempio i Be2, FriendScout24 e Meetic, sono riusciti ad accaparrarsi una grossa fetta del mercato.

Il giro d'affari per il 2009 è costituito da 40,6 milioni di Euro, con un incremento del 22% in confronto al 2008. Per il 2010 è atteso un ulteriore incremento del 15-20%.

4. L'ITALIA IN CONFRONTO AL PANORAMA INTERNAZIONALE

Nel 2009, l'italiano medio ha speso circa 0,70Euro per la ricerca dell'anima gemella su Internet, e l'Italia occupa assieme alla Spagna gli ultimi posti della classifica in Europa. In confronto gli USA, la madrepatria dell'Online-Dating, mostrano che c'è ancora un potenziale di crescita disponibile – ogni americano ha speso in confronto una media di 3,40 Euro circa .

A prescindere dagli ultra 50enni, di questi solo una minoranza utilizza Internet per flirtare, la crescita non viene però prevista nel numero di iscritti a tali siti, ma nel giro d'affari, gli operatori nel settore troveranno sempre nuovi dei trucchetti, sempre più affilati, per guadagnare più soldi per ogni membro iscritto.



Dietro questo studio si nasconde guida-incontri.it



WWW.GUIDA-INCONTRI.IT

RESPONSABILE:

Claudia Monti
metaflake GmbH
Büelen 862
CH - 9615 Dietfurt

Tel. +41 (79) 551 00 52
stampa@guida-incontri.it



metaflake