



Amore 2.0 fra le quattro mura: l'indagine di Dalani Home & Living

Il principale shopping club online dedicato all'arredamento e alla casa ha chiesto agli utenti dei suoi canali social come vivono l'amore nell'era digitale e come il web condiziona le relazioni di coppia nella dimensione domestica.

Milano, marzo 2016 – In un'epoca in cui computer, Smartphone e Tablet vengono considerati beni di prima necessità e il **digitale** è diventato **centrale nella vita quotidiana** della maggior parte degli italiani, **Dalani.it** ha voluto indagarne gli effetti su una delle sfere più intime e private dell'esistenza, come l'amore, andando ad approfondirne le conseguenze sulla relazione di coppia all'interno delle mura domestiche.

Per sviluppare la **ricerca "L'amore al tempo del web"**, l'e-commerce specializzato nell'arredamento e nella casa si è rivolto agli **utenti dei suoi canali social Facebook e Twitter**, coinvolgendo un **campione di 600 persone**, costituito al **90% da donne**, la metà del quale ha un'età media fra i 25 e i 35 anni (50%) e, per il restante 50%, è equamente distribuito fra le altre fasce d'età, da meno di 25 a più di 50 anni.

Gli **utenti di Dalani.it separano nettamente la vita privata da quella social** – il 90% dichiara di non aver mai litigato con il partner per motivazioni legate al web – e lo fanno **anche quando si tratta dell'intimità domestica**, scegliendo di **non condividere post e immagini della propria quotidianità a casa (83%)**. Soltanto l'**8%** si pone **in controtendenza** e afferma di postare foto sul divano del salotto assieme al proprio lui o alla propria lei, scegliendo comunque il luogo della casa destinato al relax e all'accoglienza degli amici, in una sorta di trasposizione del proprio salotto dalla dimensione fisica alla realtà digitale.

Quando ci si ritrova **assieme a casa**, soltanto il **26% del campione rinuncia al web** per concentrarsi sull'altra persona, **la maggior parte non rinuncia** allo Smartphone, anche se cerca di limitarne l'utilizzo (32%) oppure sceglie di navigare sul web e chattare con gli amici in modo autonomo, ma stando accanto al partner sul divano (32%).

Coloro che hanno conosciuto online l'anima gemella e quanti hanno soltanto ipotizzato di trovarsi di fronte a una situazione analoga, posti di fronte al quesito relativo al **primo appuntamento a casa** del potenziale partner, hanno affermato di osservare principalmente **l'ordine e l'organizzazione** (36%), un aspetto che difficilmente emerge dalla rappresentazione sui social network. Un altro elemento a cui prestano attenzione è il **gusto in fatto di arredamento**, gli intervistati, infatti, osservano i colori e le linee dei mobili scelti dal padrone o dalla padrona di casa (30%), preceduti però dalla scelta di **libri e dischi** (32%), elementi mediante i quali confermare i gusti le predisposizioni culturali conosciuti durante la frequentazione online.

Nonostante il **web** faccia ormai parte del **DNA degli italiani** – con 22 milioni di persone tra i 18 e i 74 anni che accedono ogni mese a Internet da Smartphone e Tablet, secondo quanto affermano i dati Audiweb (Fonte: Audiweb Database, Novembre 2015 – Audiweb powered by Nielsen) – ci sono degli **aspetti della vita di coppia che resistono all'avanzata del digitale**, come la **dichiarazione d'amore**, ancora oggi una prerogativa della dimensione fisica, con un buon **90% degli intervistati** che sceglie di guardare negli occhi il partner per dire il fatidico "ti amo".

Soltanto una piccola percentuale del campione, inoltre, si affida agli **status pubblicati sui social network** per conoscere più a fondo il proprio amato o la propria amata (20%), la maggior parte ritiene che i canali social rappresentino una versione di se stessi troppo frivola e ragionata per essere considerata reale. Infine, anche quando la coppia deve affrontare la **distanza**, i social network hanno un ruolo marginale nella **comunicazione** (5%), superati dalle chiamate (60%) e da chat e sms (35%).

Il mondo Dalani

Dalani Home & Living è il più grande shopping club in Italia dedicato alla casa e all'arredamento. Nato, a novembre 2011, su iniziativa di Diego Palano, Mattia Riva, Margot Zanni e Karim El Saket, imprenditori appassionati di Home & Living.

