



Milano-Cortina: AliExpress, gli italiani come vivono gli sport invernali?

Descrizione

(Adnkronos) AliExpress, marketplace internazionale di e-commerce e Worldwide olympic top partner dei giochi olimpici per i servizi di piattaforma e-commerce, accompagna il percorso verso i Giochi esplorando il rapporto degli italiani con gli sport invernali e i grandi eventi sportivi. Per celebrare i giochi di Milano Cortina 2026, AliExpress ospiterà un evento dedicato a Milano il 20 febbraio, che metterà al centro il ruolo dello sport nel creare connessioni, momenti condivisi ed esperienze collettive

Il nuovo consumer insight report di AliExpress, basato su un'indagine condotta su 1.000 intervistati in Italia, mostra come gli italiani si rapportino agli sport invernali in modi diversi. Circa un intervistato su quattro (26,7%) dichiara di non seguire regolarmente gli sport invernali, a conferma di come i grandi eventi rappresentino spesso un fattore chiave nel generare interesse anche oltre il pubblico abituale. Allo stesso tempo, il 23,3% si definisce un osservatore tranquillo, che guarda le competizioni in silenzio concentrandosi sugli aspetti tecnici, mentre un ulteriore 22,2% si identifica come fan occasionale, seguendo gli sport invernali solo sporadicamente. Un segmento più contenuto, ma comunque rilevante, mostra un coinvolgimento emotivo forte: il 10,8% afferma di tifare in modo acceso e di emozionarsi molto durante le gare, mentre il 7,6% si definisce un fan social, che ama guardare gli sport invernali in compagnia. Solo il 2,1% si riconosce come analista ossessivo, attento ad atleti, risultati e statistiche.

Oltre alle abitudini di visione, la ricerca evidenzia come il rapporto degli italiani con gli sport invernali sia anche pratico ed esperienziale. Più della metà degli intervistati (53,6%) afferma che vorrebbe provare o vivere in prima persona uno sport invernale, mentre il 39,8% si dice interessato a indossare abbigliamento ispirato allo sport o alla stagione. Allo stesso tempo, circa due terzi del campione (66,6%) dichiarano di non sentirsi spaventati o intimiditi all'idea di provare sport invernali, indicando un atteggiamento generalmente aperto e fiducioso verso la partecipazione. Il coinvolgimento pratico emerge anche dai comportamenti di acquisto: il 45,1% afferma di acquistare di tanto in tanto attrezzatura o abbigliamento per sport invernali, mentre il 33,8% è interessato a scoprire nuovi accessori o equipaggiamenti, per sé o come idea regalo. Nel complesso, i risultati delineano un rapporto con gli sport invernali che va oltre la semplice osservazione delle competizioni, includendo scelte di stile di vita, esperienze di viaggio e momenti di piacere quotidiano.

L'indagine mette in luce anche la dimensione sociale della fruizione degli sport invernali in Italia. Durante le competizioni, il 21,1% degli intervistati dichiara di guardarle abitualmente insieme a familiari o amici, rafforzando l'idea degli sport invernali come momenti di condivisione più che di fruizione individuale. Attenzione e concentrazione diventano centrali nelle fasi decisive delle gare: quasi un italiano su cinque (18,9%) afferma di evitare di parlare nei momenti chiave, mentre il 14,8% cerca intenzionalmente di ridurre le distrazioni. Inoltre, l'11,8% dichiara di avere piccoli rituali o superstizioni come indossare un determinato capo o guardare la gara sempre dallo stesso posto che accompagnano i grandi eventi sportivi. Nel loro insieme, i risultati posizionano Milano Cortina 2026 come un momento culturale capace di coinvolgere un pubblico italiano ampio e trasversale, caratterizzato da una fruizione selettiva, da esperienze condivise e da una forte apertura alla scoperta.

Questa ricerca mostra come in Italia gli sport invernali vengano spesso vissuti attraverso momenti di connessione, curiosità e partecipazione condivisa, ha dichiarato Eric Zhang, head of AliExpress Europe. Con il nostro approccio More Fun For Less, vogliamo rendere questi momenti più accessibili e coinvolgenti per tutti, avvicinando le persone sia agli sport invernali più iconici sia a quelli emergenti.

Questa visione prenderà forma durante l'evento AliExpress a Milano il 20 febbraio, con un theme day ispirato proprio al claim More Fun For Less. L'evento esplorerà e celebrerà una selezione di sport invernali tra cui snowboard, hockey su ghiaccio, pattinaggio di velocità e sci alpinismo riflettendo il mix tra discipline consolidate e nuovi format emerso dalla ricerca.

??

lavoro

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Febbraio 13, 2026

Autore

redazione