

Dejamos atrás la estación del año perfecta para el romance...

- ...y damos comienzo al verano, la estación elegida por el 49% de los Europeos como la perfecta para la pasión, excepto para los alemanes que creen que el invierno es la estación idónea para el deseo
- No obstante, los españoles nos decantamos por el verano como el momento ideal para dar la bienvenida a Cupido frente a la primavera (22% creen que el verano frente a un 11% la primavera)
- El romanticismo y el amor son sinónimo de la estación de las flores y cobra vida el refrán: "La primavera, la sangre altera". O al menos así opina el 38% de los europeos encuestados

Madrid, 30 de junio de 2009.- Con motivo de la llegada del verano, el calor y el momento de las vacaciones, **Meetic Affinity**, el portal de matchmaking o búsqueda de pareja por afinidad psicológica a través de Internet líder en Europa, **presenta "Amor y Estaciones"**, un estudio realizado con el fin de conocer cómo las estaciones del año influyen en el amor, su búsqueda y en nuestros sentimientos.

Según los datos de este análisis, realizado por Harris Interactive a petición de Meetic Affinity en cuatro países de Europa (Alemania, España, Francia e Italia) el momento perfecto para relacionarse, según **el 28% de los europeos, es la primavera**. En cambio, **españoles y franceses prefieren el verano para demostrar su simpatía, con un 22% y 23%** respectivamente. Los alemanes son los que más se decantan por la estación de las flores para conocer a alguien nuevo, en un 51%, mientras que el 37% de los italianos considera que las estaciones de calor, como la primavera y el verano, perfectas para darse a conocer.

La primavera, la sangre altera

La llegada del calor, los colores vivos por doquier y las flores hacen que el **22% de los europeos considere la primavera como la estación agraciada para el amor**. De este modo, el 15% de los españoles se vuelve más vulnerable a Cupido en primavera, frente al 40% de los italianos. Sin embargo, el momento de la caída de las hojas vuelve a los habitantes del viejo continente más reservados, ya que sólo **el 3% identifica el otoño como la estación que favorece el enamoramiento**.

Una nueva vida en común

Los camiones de mudanza, la búsqueda de pisos y la visita a IKEA, acciones vitales en la decisión de **irse a vivir en pareja se incrementan nuevamente en primavera ya que el 21% de los europeos** consideran que es el mejor momento.

Por países, **el 12% de los españoles cambia de dirección en el mes de las flores, frente al 7% que lo prefieren hacer en otoño.** Nuestros vecinos galos, en un 15% de las ocasiones prefieren mudarse en primavera frente al 10% que elige el verano. Por otro lado, los italianos, 30% lo hace en primavera o en otoño con un 21% y, por último, los alemanes también se decantan por la primavera (27%) para comenzar una vida en común o por el verano (18%).

La llegada de **la nieve y el frío desanima a los europeos a cambiar de casa** y compartirla con la pareja con un **apoyo de tan sólo un 4%.**

La cigüeña ya está aquí

Los europeos entienden mucho sobre la migración de las aves, por lo que esperan a **la vuelta de las cigüeñas en primavera para hacer realidad su paternidad (31%).** Casi la mitad de los italianos, el 47%, se alinean con la madre naturaleza para aumentar la tasa de natalidad de su país. Seguidamente, el 31% de los alemanes se decanta por identificar a la primavera como la estación de nacimientos. Por su parte, Francia, con un 22% es el país con la menor tasa en el mes de las flores. Y continuando con su ciclo de migración, sólo **el 9% de los europeos espera que las cigüeñas despistadas les dejen un bebé en los meses más fríos.**

Romanticismo, amor, deseo y pasión

Si por algo se caracteriza la primavera es por su **romanticismo o al menos así lo cree el 38% de los europeos.** En Italia y en España se supera el 40% del apoyo a esta relación. En Alemania, el porcentaje disminuye al 29% y aumenta al 33% en Francia.

El amor es el otro adjetivo con el que vinculan el 39% de los europeos a la primavera. Los porcentajes se distribuyen entre el 45% en Italia, el 44% en España y en Alemania. Por su parte en Francia el 25% identifican al amor con la primavera frente al 30% que lo hace con el verano.

El deseo y la pasión son los adjetivos propios del verano para el 34% y 49% respectivamente de los europeos. En el caso de España el 42% relaciona el deseo con el verano. Asimismo, en Francia el 27% destaca una relación directa entre deseo y primavera y un 38% entre deseo y verano. El 34% de los italianos entienden a la primavera como deseo y en el otro lado encontramos a aquellos, 43%, quienes lo entienden como verano. Por el contrario, **los alemanes consideran el invierno como la estación del deseo con un 29% de las respuestas,** el verano con un 22% y el otoño con un 21%.

Los amores de verano son la relación perfecta por lo que el 49% de los europeos entienden a dicha estación como pasión. Italia es el país en el que más relacionan la pasión con el verano alcanzando un 53%, seguido de Francia donde el 52% coincidió con esta respuesta, España es el tercero en entender la época más calurosa con la pasión (45%) y los alemanes se sitúan en último lugar con un 44%. Según el 21% de los europeos la primavera también se considera como pasión.

Especificaciones técnicas

Para la realización de este estudio de mercado, realizado por Harris Interactive a petición de Meetic Affinity, se ha tomado en cuenta la opinión de más de 5.000 usuarios de 4 países (Alemania, España, Francia e Italia). Este análisis ha sido realizado entre los meses de febrero y marzo de 2009.

Acerca de MEETIC, líder en Europa en búsqueda de pareja y amistad a través de Internet

MEETIC gestiona dos líneas de negocio: online dating y matchmaking, asociados principalmente a las marcas Meetic, Meetic Affinity y Match.com, y comercializa dos modelos económicos totalmente complementarios en el mercado del dating, uno basado en Internet y el otro en teléfonos móviles.

Con la adquisición de las actividades europeas del líder mundial Match.com en junio de 2009, Meetic ha reforzado su posición de liderazgo en el viejo continente. El Grupo se encuentra actualmente en 16 países de Europa, así como en Latinoamérica, y sus servicios están disponibles en 13 idiomas diferentes. Desde el inicio, el Grupo ha seguido una clara estrategia de liderazgo, centrándose en la calidad, un marketing innovador y su perfecto conocimiento de la tecnología. Meetic trabaja exhaustivamente en mejorar permanentemente la calidad de sus servicios y en satisfacer cada una de las expectativas de sus usuarios en Europa. En 2008 MEETIC obtuvo unas ventas de €133,60 millones y un beneficio antes de impuestos de € 12,5 millones.

Para más información:

Jaime Domingo
Director de Comunicación y RR. PP.
Meetic. España y Portugal.
Tel: 91 521 52 69
Móvil: 647 641 343
E-mail: j.domingo@meetic-corp.com