



Italiani i più insoddisfatti d'Europa: la cura è a portata di valigia

- *Gli italiani sono i **più insoddisfatti d'Europa**: un sondaggio di lastminute.com rivela che soltanto un italiano su tre è davvero felice;*
- *Per superare il grigiore della vita basta fare ciò che più si ama, proprio **come i fenicotteri rosa** - protagonisti della scena di questi giorni - che diventano **"pink"** mangiando il loro cibo preferito;*
- *Quasi la **metà degli italiani** dichiara che **viaggiare** è il segreto della **felicità**.*

Milano, 27 febbraio 2018 - La felicità per gli italiani è tutta dentro una valigia. Arricchire la propria vita di esperienze nuove, viaggiare in posti sconosciuti, condividere esperienze in compagnia delle persone che si amano: sono queste le cose che rendono i nostri connazionali più appagati e contenti. A rivelarlo è il sondaggio di lastminute.com condotto in occasione del lancio della nuova campagna "Whatever Makes You Pink" che prende ispirazione dal colore rosa dei **fenicotteri**. Sapete qual è la storia del loro iconico piumaggio?

Questi simpatici animali nascono naturalmente grigi e **diventano rosa**, colore che li rende famosi, **facendo ciò che più amano: mangiare gamberetti**. Ciascuno di noi per essere felice e sentirsi pienamente se stesso dovrebbe quindi fare ciò che più ama, proprio come i fenicotteri, così da riconnettersi con il **lato più "pink" della vita**.

E l'elisir "**Whatever makes you pink**" sembra essere davvero necessario per i nostri connazionali che, secondo lastminute.com, risultano i **più "grigi" d'Europa**: soltanto un terzo degli italiani infatti si dichiara davvero felice, mentre i più sorridenti sono gli olandesi (46%), seguiti da spagnoli (43%) e irlandesi (40%).

A confermarlo il fatto che il 48% di italiani si rende conto che dovrebbe godersi di più la vita. Un grigiore che sembrerebbe legato in primis alla mancanza di denaro (35%) e subito dopo alla carenza di opportunità per viaggiare quanto si vorrebbe (27%).

Come ritrovare il sorriso allora? A questa domanda gli italiani rispondono per il **40% che viaggiare li rende felici**.

Per ritrovare il rosa della vita, il **67% degli italiani ha bisogno di organizzare un viaggio**: la maggior parte dei nostri connazionali (40%) desidera preparare la valigia e raggiungere un luogo in cui non è mai stato, mentre qualcun altro vorrebbe volare in luoghi che già conosce, magari in compagnia della propria famiglia per condividere emozioni e divertimento (9%); ma c'è anche chi si colora di felicità semplicemente pensando alle prossime vacanze (18%)!



Una **percentuale che non ha rivali in Europa**: mentre spagnoli e irlandesi cercano la felicità con un biglietto aereo in mano nel 64% dei casi, gli inglesi si attestano al 58% - con addirittura un 17% che vorrebbe tornare in luoghi già visitati. I tedeschi invece realizzano la loro felicità in compagnia delle persone che amano: soltanto il 43% desidera vivere nuove esperienze di viaggio.

Senza contare che nel nostro Paese la quota di coloro che sono felici viaggiando supera sorprendentemente anche quella di coloro che si sentono appagati davanti ad una bella tavola imbandita (13%) o con un bicchiere di vino in mano (4%) o addirittura da un rendez-vous piccante (20%).

Il sondaggio è stato condotto in Italia, Regno Unito, Germania, Francia, Spagna, Irlanda e Paesi Bassi tra 14.000 individui per lastminute.com da OnePoll nel periodo 22/12/2017-03/01/2018

[Clicca qui per guardare il nuovo spot di lastminute.com](#)

Note per la stampa

[lastminute.com group](#)

lastminute.com group, tra i leader mondiali nel settore dei viaggi online, opera attraverso un portafoglio di marchi noti come [lastminute.com](#), [volagratis.com](#), [Rumbo](#), [Bravofly](#), [Jetcost](#) e [Hotelscan](#). Ogni mese, attraverso i siti web e le applicazioni *mobile*, il gruppo raggiunge più di 43 milioni di viaggiatori in 17 lingue e in 40 paesi che ricercano e prenotano le loro esperienze di viaggio e svago. La *mission* di lastminute.com group è quella di affermarsi come la *travel company* più rilevante in Europa, impegnata ad arricchire e ispirare la vita dei viaggiatori. lastminute.com NV è una società quotata alla SIX Swiss Exchange registrata sotto il simbolo LMN.

lastminute.com è l'iconico brand europeo dedicato ai viaggi che incoraggia a sfruttare al massimo il tempo libero per fare quello che più si ama, ciò che più emoziona e contribuisce a rendere felici. Con un'offerta che comprende pacchetti vacanza, voli, hotel, city breaks e un prodotto unico come i Top Secret® Hotels, [lastminute.com](#) vuole aiutare i viaggiatori a vivere esperienze indimenticabili per riconnettersi con la loro parte migliore, con il lato "pink" della vita. [lastminute.com](#), *whatever makes you pink*

Ufficio stampa lastminute.com

Press Play - Comunicazione e pubbliche relazioni

Vanna Sedda | +39 347 8930210 | vanna@agenziapressplay.it

Cristina Marella Palmieri | +39 329 1287677 | cristina@agenziapressplay.it

lastminute.com sui social media

[Facebook](#)

[Instagram](#)