

INDAGINE CONDOTTA GRAZIE AL NEXT GEN LAB

## CIMICIURRI METTE A CONFRONTO GENZ E MILLENNIALS SUL COVID-19

Cimiciurri, creative media agency specializzata sulle nuove generazioni, grazie al **Next Gen Lab**, Osservatorio permanente che analizza costantemente le evoluzioni di scenario del target di riferimento, ha condotto un'indagine sui giovani di età compresa tra i 13 e i 35 anni, utilizzando i social e le community per intercettarli. L'indagine ha registrato una partecipazione importante: hanno infatti risposto più di 6.500 giovani tra ragazzi (47%) e ragazze (53%) residenti tutta Italia (31% Nord-Ovest; 32% Nord-Est; 20% Centro; 12% Sud e 5% Isole), di una fascia di età compresa tra i 13 e i 35 anni così suddivisa: tra i 13 e i 35 anni così suddivisa: 25% tra 14 e 17; 63% tra 18 e 24; 12% tra 25 e 35. Dalla ricerca emergono molti dati interessanti e inaspettati: ad esempio il panel ci restituisce i profili femminili più preoccupati dell'emergenza (90% contro il 55% dei ragazzi), mentre nel confronto GenZ-Millennials i primi approvano le restrizioni da parte del Governo che i Millennials invece giudicano troppo drastiche (31% contro il 19% della GenZ). Il 48% degli intervistati è convinto che saremo fuori dalla pandemia tra due mesi e che, superata la situazione, ci saranno una maggiore considerazione delle emergenze sanitarie (55,8%) e un accresciuto senso di unione e compattezza (36,4%), anche se difficilmente si dimenticherà la sensazione di sentirsi isolati o di fuggire da un pericolo imminente (50,7%). Tra i vincoli imposti dalla quarantena, a pesare

di più per il 58,6% dei giovani è il divieto di spostamento, e quindi anche viaggi, vacanze e gite fuori porta; seguono la chiusura di ristoranti, bar e pub per il 41,4%, di scuole e università per il 37,9% e infine la chiusura di impianti sportivi e palestre (29,6%). Se la mancanza di svago e divertimenti si fa sentire, colpisce l'attenzione che però al 3° posto delle attività durante l'isolamento c'è lo studio (64,37%). «Sorprende la responsabilità dei ragazzi sul tema scuola - afferma **Diego De Lorenzis**, amministratore di Cimiciurri -. Sicuramente la prima settimana di chiusura è stata vissuta in maniera leggera e spensierata, successivamente il possibile spostamento degli esami e la perdita dell'anno scolastico sono diventati un vero e proprio incubo. Dunque priorità per tutti non rimanere indietro con lezioni ed esami, seppur a casa e con i docenti in videocall». Per la generazione della web tv e dei social media, al primo posto per quanto riguarda le attività preferite durante l'isolamento ci sono le maratone film e serie tv (70%), lo studio e i social media (64% per entrambe). Seguono la musica (48%), i videogiochi (42%) lo sport in casa (40%) e la lettura (38%). Il Coronavirus ha portato una mini rivoluzione anche nella scelta dei media per informarsi: la televisione assurge a mezzo preferito dalla new generation (90%) per informarsi in tempo di Coronavirus, i social seguono al secondo posto (73%), tallonati dalla stampa online (al 65%). Il campione concorda con le misure del Governo (68,38%) e dichiara di applicarle: alla domanda sugli accorgimenti adottati ben l'89,42% risponde l'autoisolamento in casa e il 67% la sospensione dei contatti fisici. Un ultimo aspetto distintivo dei giovani d'oggi è la fiducia nell'Unione Europea: alla domanda su a chi affiderebbero il rilancio dell'immagine del Paese, la soluzione che ha ottenuto il maggior consenso è proprio l'istituzione europea (37,9%). «Qualche settimana fa si parlava di poter affidare il rilancio del paese anche ad una crew di influencer - conclude Diego De Lorenzis -. Quello che ci dicono i giovani è in controtendenza rispetto all'approccio superficiale che ci si potrebbe attribuire alla loro giovane età: per il giovani italiani la macchina politica resta il motore per ripartire e rimetterci in carreggiata».



DIEGO DE LORENZIS

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

129103