

## Giovani e coronavirus: così la pandemia ha già cambiato consumi e abitudini

*Giovani e coronavirus sono al centro di una ricerca del Next Gen Lab di Cimiciurri: come vivono la pandemia e come trascorrono le giornate?*

02 Aprile, 2020

Macroambiente

Stampa



A cura di: Virginia Dara  
Autore

Li immaginiamo impegnati con lezioni a distanza durante la mattina, a giocare a partite di Risiko virtuali con gli amici durante le pause, attaccati a un'app – come ne sono nate tante in questi giorni – per gli aperitivi in remoto subito prima di cena, ma come i **giovani** stanno vivendo l'**epidemia di COVID-19** davvero? È quello che si è chiesto il **Next Gen Lab di Cimiciurri** in una ricerca dedicata a giovani e coronavirus.



### PREOCCUPATI, SÌ, MA ANCHE OTTIMISTI PER LA RIPRESA: COSA DICONO I DATI SU GIOVANI E CORONAVIRUS

La prima, macroscopica, risposta sembrerebbe essere: con tanta preoccupazione quanto basta. Oltre il 60% del campione (giovani tra il 14 e i 30 anni, provenienti da tutta Italia) si è detto, infatti, **«mediamente»** o **«abbastanza» preoccupato** della situazione che stiamo vivendo. Le ragazze sarebbero più preoccupate dei propri coetanei maschi, così come i più grandi, gli over 25, sembrerebbero più preoccupati, forse perché anche più consapevoli del rischio di contagio e degli effetti ad ampio spettro che potrà avere questa crisi sanitaria, della parte più giovane del campione (tra gli under 25 appena l'11% si è detto **«molto preoccupato»** per il coronavirus, mentre tra gli over 25 questa percentuale sale ad almeno il 25%). Sono ancora soprattutto i giovanissimi della Gen Z a essere positivi e **ottimisti** nel credere che gli **italiani** possano **tornare alla normalità tra due mesi** (ne è convinto il 62% degli under 25, contro il 47% degli over 25), mentre i **millennials** non credono che si potrà tornare alla vita di sempre prima di sei mesi (ne è convinto almeno il 53% del sottocampione, contro il 38% di quello degli under 25). Senza distinzioni, invece, i giovani del campione Cimiciurri sembrano fiduciosi del fatto che l'emergenza coronavirus, una volta finita, ci lascerà **più attenzione per le emergenze sanitarie** (ne è convinto il 56% degli intervistati), un **ricordo vivido di come ci si senta quando si è isolati** (51%) e un senso di **unione e compattezza** (36%).

- Tanto la preoccupazione quanto, all'opposto, ottimismo e fiducia chiedono, però, di fare i conti con le misure restrittive imposte da Governo e Regioni.
- La buona notizia è che, quando si guarda a giovani e coronavirus, sembra venir fuori una grande **maturità** e un forte senso di **responsabilità**:
- meno di un giovanissimo su cinque, al di sotto dei 25 anni, le considera drastiche o in qualche modo inappropriate (percentuale che cresce al 31% già tra la generazione immediatamente precedente dei Millennials) e, in generale, una larga fetta del campione è ligio e rigoroso nel rispettare misure precauzionali come l'**autoisolamento in casa** (l'avrebbe adottato l'89% dei rispondenti), il **coprirsi naso e bocca** durante gli starnuti (78%) e l'**evitare** qualsiasi forma di **contatto fisico** (68%).

## COSA MANCA DI PIÙ AI GIOVANI DELLA VITA DI SEMPRE E QUAL È LA LORO NUOVA ROUTINE

Rimane il fatto, però, che l'epidemia, il lockdown e la necessità di distanziamento sociale hanno già cambiato – e con ogni probabilità lo faranno ancora, nel lungo termine – abitudini e routine quotidiane dei giovanissimi. I più giovani non sembrano aver remore, così, ad ammettere che tra i vincoli imposti dalla quarantena quelli che pesano di più sono il **divieto di spostamento** che ha significato lo stop anche a viaggi, vacanze e gite fuori porta (lo metterebbe in cima alla classifica oltre il 58% del campione), la **chiusura di bar, ristoranti e pub** (oltre il 41%) e di **scuole e università** (circa il 38%, con una prevalenza, ovviamente, tra la Gen Z). Anche la chiusura di impianti sportivi e palestre ma, soprattutto, lo stop a campionati ed eventi sportivi sembra essere tra gli effetti ad ampio raggio della pandemia di coronavirus più insopportabili per gli italiani (li hanno messi in cima alla classifica, rispettivamente il 29,6% e il 20% del campione, nel secondo caso con una prevalenza di under 25 uomini).

Come impegnano, insomma, il tanto tempo libero che si ritrovano a disposizione i più giovani? Con maratone di **film e serie TV** innanzitutto – sarebbe il passatempo preferito del 70% di 14-30enni durante questa quarantena – ma anche con tanto tempo trascorso sui **social** e, *ex aequo*, **studiando**. Tra lezioni su Zoom e sessioni di laurea a distanza, adolescenti e postadolescenti italiani si sono rivelati imprevedibilmente preoccupati delle proprie carriere scolastiche e universitarie, soprattutto con il passare delle settimane e quando il rinvio delle sessioni, lo spostamento degli esami, la possibilità di perdere l'anno «sono diventati un vero e proprio incubo», commentano da Cimiciurri. Anche musica (48%), videogiochi (42%), sport in casa (40%) e lettura (38%) sarebbero tra i nuovi hobby preferiti dei giovani alle prese con la quarantena.

## ¶ SE ANCHE I CONSUMI (MEDIALI) DEI PIÙ GIOVANI NON SONO PIÙ GLI STESSI DURANTE IL CORONAVIRUS

Per capire meglio, però, come l'emergenza **coronavirus ha cambiato le abitudini di acquisto** anche della fetta più giovane di consumatori, si potrebbe guardare a che servizi questi hanno dichiarato di usare di più ora che costretti in casa. Spopolano i **servizi di instant messaging** e, in particolare, quelli che permettono di fare **videochiamate** (li utilizzerebbe l'85% del campione), tanto che Facebook ha giocato proprio sull'idea del *restare uniti* ma sfruttando gli strumenti offerti dalle piattaforme digitali per il suo emozionale commercial dedicato all'emergenza sanitaria in atto in tutto il mondo. Al secondo posto vi sono gli abbonamenti a **servizi per lo streaming televisivo** come Netflix, Prime Video o il nuovo Disney + (73%) e al terzo posto compare l'**eCommerce** (29%). Anche i **podcast** , un mercato sempre più in crescita in Italia, fanno compagnia ai giovani in questo periodo di "casalinghitudine" forzata (li ascolterebbe il 10% del campione), così come il **food delivery**, nelle regioni dove è permesso, sarebbe agli occhi dei giovanissimi (o, almeno, del 9% di loro) un'alternativa accettabile al passare una serata nel proprio ristorante o pub preferito.

### fi Per approfondimenti

- L'ascolto di podcast in aumento parla davvero del ritorno a un'era della "oralità"?
- Food delivery in Italia: scenario attuale e strategie

Parlando di giovani e coronavirus, però, non si può non sottolineare come la pandemia abbia creato una sorta di «*mini rivoluzione*», così la chiamano da Cimiciurri, anche nelle **diete mediatiche degli italiani** under 30. Come anche altri studi avevano sottolineato, infatti, l'informazione passa in questo periodo sempre meno dai social e sempre più da media tradizionali: in particolare il 90% del campione userebbe la **televisione** come fonte principale e privilegiata per informarsi in questo periodo, a dimostrazione che «*quando si tratta di emergenze, la televisione diventa medium rifugio per tutte le generazioni, con una credibilità e un'autorevolezza massima*», commentano i responsabili dello studio. I **social** restano insomma una fonte di secondaria importanza, scelti per informarsi solo dal 73% di giovani e giovanissimi e con performance a tratti deludenti – come quella di YouTube, per esempio, che gli under 30 continuano a preferire solo per un intrattenimento di long-form – che dimostrano come i consumi mediatici dei più giovani siano fortemente finalizzati e verticali. Solo nell'ultimo gradino del podio compare, infine, la **stampa online** (scelta come fonte di informazione dal 65% del campione).

### fi Per approfondimenti

- Coronavirus e informazione online: gli utenti preferiscono i media tradizionali ai social, ma hanno paura delle fake news
- Chi, quanto e come ha parlato di coronavirus sui social? Per un'analisi delle conversazioni