

TESTATA	DATA USCITA	SOGGETTO
www.mediakey.tv	1 apr 2020	Survey Coronavirus



Nuove generazioni e coronavirus: la survey del Next Gen Lab di Cimiciurri ci...

01/04/2020

■ COMUNICAZIONE

<https://www.mediakey.tv/leggi-news/nuove-generazioni-e-coronavirus-la-survey-del-next-gen-lab-di-cimiciurri-ci-racconta-come-i-giovani-italiani-stanno-vivendo-e-affrontano-questo-periodo-di-emergenza-e-quarantena>

1/3

Nuove generazioni e coronavirus: la survey del Next Gen Lab di Cimiciurri ci racconta come i giovani italiani stanno vivendo e affrontano questo periodo di emergenza e quarantena



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, adottando un linguaggio e contenuti consoni al loro stile e

tono di voce per capire come sono cambiate idee e abitudini dei giovanissimi a causa dell'emergenza Covid-19.

L'osservatorio si avvale di strumenti come ricerche etnografiche, l'utilizzo di 3 differenti tool di buzz monitoring e un panel a disposizione di oltre 90 community dedicate a GenZ e Young Adults con più di 50 milioni di fan, grazie ai quali intercetta settimanalmente insight e trend utili per sviluppare strategie e contenuti rilevanti per il target delle new generations.

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.

"Il 66% di completamento di una survey superiore alle 20 domande è un risultato straordinario, in situazioni normali solitamente la percentuale di completamento è inferiore al 30%. – afferma Sandro Marchetti, amministratore di Cimiciurri – Questo grazie ad un lavoro certosino in fase di formulazione delle domande utilizzando tone of voice e codici di comunicazione affini al target. Un altro dato a conferma di questo, considerando che questa generazione ha un attention span di soli 3 secondi, segnaliamo che la nostra survey è riuscita a mantenere l'attenzione dei compilatori per circa 7 minuti".

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).

Sempre nel confronto GenZ e Millennials, dalla ricerca emerge una grande maturità dei primi, di cui solo il 19% reputa le restrizioni da parte del Governo troppo drastiche, contro il 31% dei Millennials, e un forte ottimismo dal momento che per il 62% degli "Under" crede che si tornerà alla normalità tra due mesi, mentre per gli "Over" hanno una visione più pessimista vedendo la fine dell'emergenza tra sei mesi (53%).

Futuro, hobby, fruizione media e politica: il Next Gen Lab restituisce uno spaccato interessante su come i giovani italiani stanno affrontando questa emergenza sanitaria.

I giovani: i più realisti nell'emergenza, ma con uno sguardo ottimistico rivolto al futuro!

Nonostante le loro giornate siano cambiate radicalmente dall'inizio dell'emergenza, dalla ricerca emerge forte e chiaro il senso di ottimismo verso il futuro. Il 48% degli intervistati è infatti 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%).

Istruzione ai tempi del coronavirus: ai giovani mancano i banchi di scuola!

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 clausura 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".

In tempo di Coronavirus la Tv è il primo mezzo di informazione anche per i giovani.

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%).

"Questo è uno dei dati più interessanti e in controtendenza. – commenta Sandro Marchetti amministratore di Cimiciurri – Molto spesso data per spacciata, la Tv resta protagonista assoluta come media di riferimento. Influencer, Youtuber e TikTok sono e restano pietre miliari per il target, ma quando si tratta di emergenze, la televisione diventa medium rifugio per tutte le generazioni, con una credibilità e un'autorevolezza massima. Abbiamo riscontrato inoltre il dato basso relativo alla fruizione di YouTube (inferiore anche a quello dei social peer 2 peer (FB e IG): un altro chiaro segnale che ci racconta della scarsa credibilità della piattaforma quando si parla di informazioni verificabili e serie. La GenZ lo sa e utilizza il social come prima fonte di intrattenimento, ma per informarsi cerca altro".

I giovani approvano e applicano i provvedimenti del Governo. Bocciata invece l'opposizione, accusata di essere irresponsabile e polemica. Un trionfo per Conte.

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.

"Questo dato da una parte rassicura e ci riempie di speranza pensando ad un'ipotetica data di sblocco del Paese, dall'altra però cozza con le informazioni di gente ancora in giro a passeggiare e il rapporto del Viminale sul numero di multe. – prosegue De Lorenzis – Probabilmente la verità sta nel mezzo. Conosciamo benissimo i difetti e pregi degli italiani, solitamente si predica bene e razzola male. La speranza è che i video e le immagini che si vedono non rispecchino la realtà e rappresentino solo le "bravate" di alcuni individui anche un po' esibizionisti".

Se il Governo supera brillantemente l'esame dei giovani, il giudizio sulle forze di opposizione non lascia dubbi: l'83,78% del campione boccia per differenti motivi l'operato dell'opposizione, la prima accusa è l'irresponsabilità delle polemiche fine a loro stesse (48,57%), seguita dall'inappropriatezza della gestione della comunicazione (36,15%). Un target quindi che capisce quando è il momento di unirsi e fare gruppo senza sterili e funzionali polemiche. Passando dal Governo al Presidente Conte il giudizio positivo si consolida senza dubbi: il 69,37%, dà un giudizio buono sul suo operato e il 24,66% di eccellenza.

Malgrado i politici, i giovani credono ancora nella politica e soprattutto in quella europea.

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%), spesso vituperata dai politici che si dichiarano più vicini ai giovani. Questo è uno dei dati in cui c'è più differenza con i Millennials che all'Unione europea danno solo il 28%. E al secondo posto i giovani si affidano ancora (e malgrado tutto) alla politica nazionale (30%). I Millennials sono più confidenti nei connazionali, infatti la loro fiducia sale al 38%.

"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".