

TESTATA	DATA USCITA	SOGGETTO
www.youmark.it	1 apr 2020	Survey Coronavirus

---



**INTERACTIVE**

**Nuove generazioni e Coronavirus, la survey del Next Gen Lab di Cimiciurri**

1 Aprile 2020

<https://youmark.it/ym-interactive/nuove-generazioni-e-coronavirus-la-survey-del-next-gen-lab-di-cimiciurri/>

1/2

## Nuove generazioni e Coronavirus, la survey del Next Gen Lab di Cimiciurri

1 Aprile 2020



**Cimiciurri**, la 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: 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 nella nota **Sandro Marchetti**, Amministratore di Cimiciurri. "Questo grazie a 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%).

#### **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%).

#### **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 assume 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%).

#### **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 189,42% risponde l'autoisolamento in casa e il 67% la sospensione dei contatti fisici.

Se il Governo supera brillantemente l'esame dei giovani, il giudizio sulle forze di opposizione non lascia dubbi: 183,78% 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 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%.