

## ■ RICERCHE



## Coronavirus: anche i giovani si informano principalmente in tv. La ricerca di Cimiciurri

L'epidemia ha portato una mini rivoluzione nella scelta dei media da parte dei più giovani per informarsi: la televisione è il mezzo preferito seguita da social e stampa online. L'analisi sul Covid-19 e i giovani

# Coronavirus: anche i giovani si informano principalmente in tv. La ricerca di Cimiciurri

*L'epidemia ha portato una mini rivoluzione nella scelta dei media da parte dei più giovani per informarsi: la televisione è il mezzo preferito seguita da social e stampa online. L'analisi sul Covid-19 e i giovani*

di Caterina Varpì 06 aprile 2020

Condividi questo articolo



In tempo di Coronavirus la TV è il primo mezzo di informazione anche per i giovani. Lo rivela un'indagine di Cimiciurri, creative media agency specializzata sulle nuove generazioni nata all'inizio di quest'anno dall'incontro tra Iaki e Diego De Lorenzis ([ne abbiamo parlato qui](#)), svolta attraverso il Next Gen Lab, Osservatorio permanente che analizza costantemente le evoluzioni di scenario del target di riferimento.

## I giovani si informano in tv, sui social e sulla stampa online

L'epidemia ha portato una mini rivoluzione nella scelta dei media da parte dei più giovani per informarsi: la televisione assurge a mezzo preferito dalla new generation (90%) per restare aggiornati in questo momento, i social seguono al secondo posto (73%), tallonati dalla stampa online (al 65%).



**SCOPRI COME CINEMA, SERIE E MUSICA ACCRESCONO I RISULTATI DI BUSINESS**

“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 del 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”.

## Le attività a casa, l'istruzione e l'ottimismo verso il futuro

Nonostante le abitudini dei ragazzi siano cambiate radicalmente, non manca uno sguardo positivo verso il futuro.

Per quanto riguarda le **attività preferite da svolgere a casa**, al primo posto 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%).



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 videocal”.

Sul possibile sviluppo della situazione, **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%).

## I giovani approvano i provvedimenti del governo

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".



Diego De Lorenzis

Il giudizio sulle forze di opposizione non lascia dubbi: l'83,78% del campione bocchia 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%). 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.

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%.

## Come è stata svolta la ricerca

L'indagine è stata condotta su 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, spiega l'agenzia nella nota stampa.

L'osservatorio Next Gen Lab 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 buona partecipazione: 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 (25% tra 14 e 17; 63% tra 18 e 24; 12% tra 25 e 35), riporta il comunicato.

"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 Marchetti. - 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".



Sandro Marchetti