

Social e pandemia: generazioni a confronto

scritto da Emanuele Fiorio | 9 Settembre 2021



[GlobalWebIndex](#) (GWI) – società che fornisce informazioni sull’audience a editori, agenzie media e operatori di marketing in tutto il mondo – **ha recentemente analizzato l’utilizzo dei social media durante il 2020**, l’anno in cui la pandemia di Covid-19 ha avuto il suo culmine.

La ricerca si è sviluppata prendendo in esame i comportamenti, le modalità, le motivazioni, i bisogni e le interazioni di **4 generazioni**:

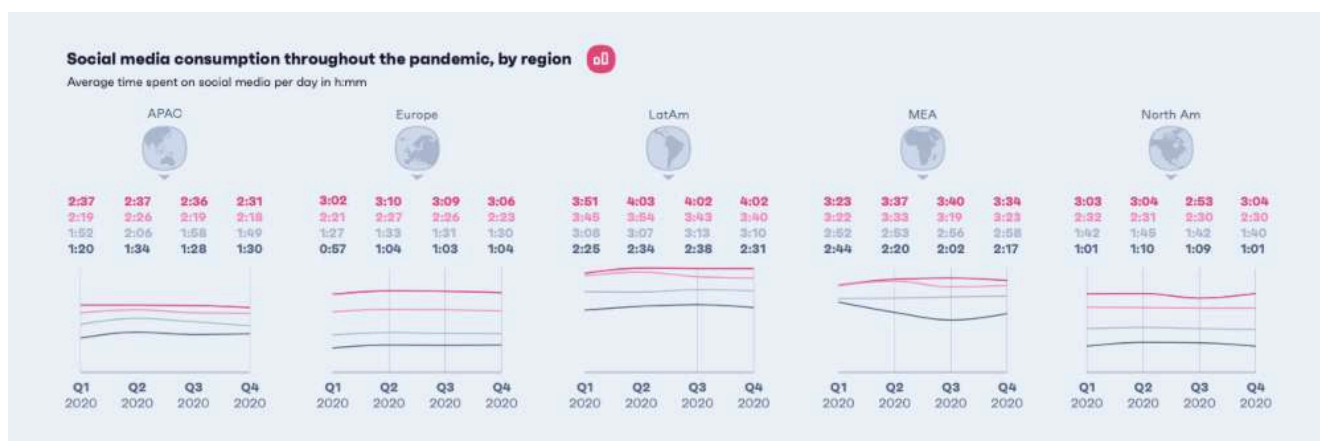
- Gen Z (nati tra 1997-2003)
- Millennials (nati tra 1983-1996)
- Gen X (nati tra 1964-1982)
- Boomers (nati tra 1955-1963)

Tempo impiegato sulle piattaforme social

I primi dati che emergono dall'analisi di GWI si riferiscono all'utilizzo dei social media, nello specifico il tempo impiegato sulle piattaforme social dalle diverse fasce anagrafiche (generazioni) prese in considerazione.

Il primo dato che emerge riguarda la generazione più giovane, **la Gen Z primeggia nell'utilizzo dei social media in tutto il mondo**, a seguire Millennials, Gen X e Boomers.

I social media quindi si confermano appannaggio delle giovani generazioni che ne fruiscono per più ore al giorno rispetto alle generazioni più anziane. Questa è una tendenza che accomuna tutte le aree prese in considerazione dall'analisi: APAC (Asia-Pacifico), Europa, America Latina, MEA (Medio Oriente e Africa) e Nord America.



Chi seguono sui social?

L'elemento che avvicina tutte le generazioni è l'interesse nei confronti di parenti, amici e conoscenti. Giovani e anziani sono equamente coinvolti, **tutte le generazioni seguono le persone che ritengono più vicine e che fanno parte della cerchia familiare o amicale.**

Ma la distanza tra le generazioni più giovani e quelle più anziane in questo caso è più evidente e sottolinea il differente utilizzo che viene fatto dei social in base all'età anagrafica.

Mentre Boomers e Gen X, come abbiamo detto, seguono principalmente profili di parenti, amici e conoscenti, **Gen Z e**

Millennials utilizzano i social non solo per mantenere i contatti con persone vicine ma anche per seguire in particolare:

- intrattenimento, memes e parodie;
- attori, comici, performers;
- bands, cantanti e musicisti.



I social media hanno conquistato le giovani generazioni

Lo sviluppo dei social è strettamente legata alla capacità dei brands di utilizzare le piattaforme per raggiungere le nuove generazioni, in particolare Millennials e Gen Z.

I dati di GWI segnalano come tuttora permanga una netta difformità nell'utilizzo dei social media tra nuove e vecchie generazioni.

Mettendo in relazione le campagne pubblicitarie promosse sui due principali mezzi di comunicazione di massa (social media e televisione) si può facilmente notare come **le generazioni più giovani vengano a conoscenza di nuovi brands sia attraverso i social sia attraverso la TV in percentuali simili (31% e 30%). Non è così per Gen X e Boomers, i quali vengono a conoscenza di nuovi marchi grazie alle campagne pubblicitarie televisive (36% e 41%) piuttosto che attraverso i social media (25% e 20%).**

Per quanto riguarda consigli e raccomandazioni, **le generazioni più anziane danno maggior peso al “passaparola” (36%)** piuttosto che ai social media (15%). Gen Z e Millennials si affidano in maniera equilibrata sia al “passaparola” (26%) che ai consigli sui social media (26%).