

WEBSOCIAL

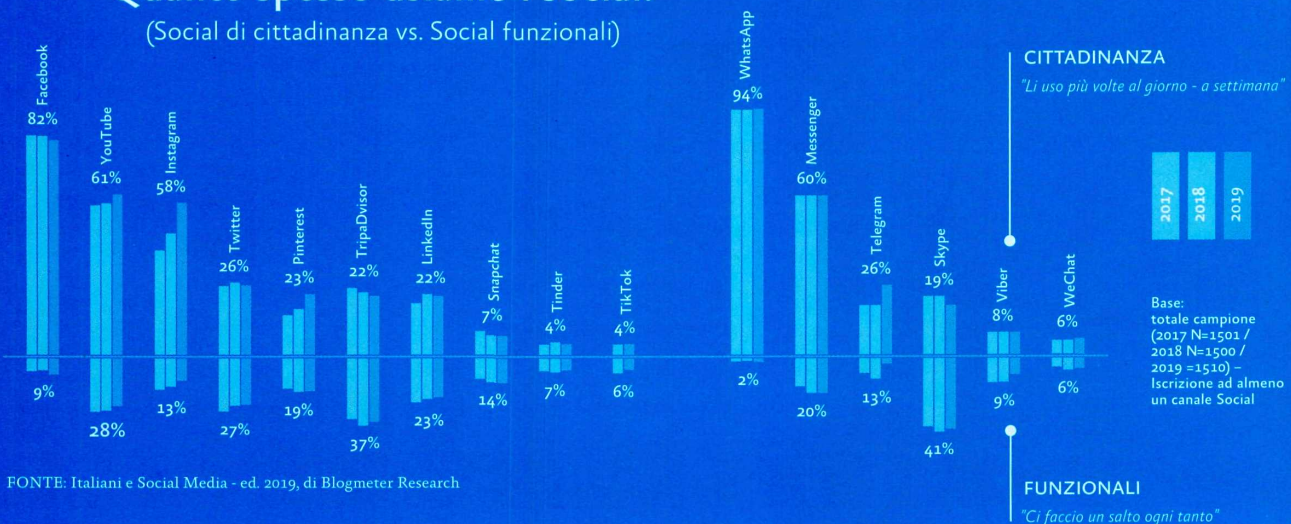
# L'Italia dei social: chi siamo, cosa facciamo e perché

La terza edizione della ricerca di Blogmeter "Italiani e Social Media" si concentra sulle motivazioni che spingono i nostri connazionali a usare i social e cerca di capire come cambiano le loro preferenze nel tempo. I dati della ricerca 2019 provengono da interviste a 1.510 persone tra i 15 e i 64 anni, residenti in Italia e iscritte ad almeno una piattaforma social. Il primo dato che emerge indica che 1 italiano su 3 (30%) ha oltre 7 profili sui social media, mentre il 49% è attivo su 4-6 canali e il

21% focalizza la propria attenzione su 3 o meno piattaforme. Tra i social più utilizzati, Facebook (91%), YouTube (89%) e Instagram (71%) fanno la parte del leone, mentre tra i servizi di messaggistica vanno forte quelli di Zuckerberg: Whatsapp (96%) e Messenger (80%), seguiti da Skype (60%). In crescita rispetto alla precedente rilevazione i canali che comunicano per immagini, come Instagram (+15% dal 2017 al 2019) e Pinterest (+7%).

## Quanto spesso usiamo i social?

(Social di cittadinanza vs. Social funzionali)



FONTE: Italiani e Social Media - ed. 2019, di Blogmeter Research

La ricerca mette in evidenza come esistano piattaforme "di cittadinanza", che usiamo ogni giorno (Whatsapp e Facebook su tutti) e piattaforme "funzionali", che usiamo solo quando ci occorre (come TripAdvisor e Skype).

### Come li usiamo

Ma perché ci iscriviamo ai social? E come li usiamo? Non è una grande sorpresa che un'alta percentuale di italiani (43%) si limiti alla fruizione di contenuti pubblicati da altri, senza produrne. Solo il 35% scrive post originali e commenta post di altri, mentre il 12% si limita a scrivere post originali e il 10% si limita a commentare post di altri. Notevoli sono le differenze d'uso delle piattaforme, che vanno dal puro svago, in cui YouTube, Facebook e Instagram sono le preferite, alla passione per le celebrity e i loro contenuti, fruiti per lo più su Instagram, Facebook e Twitter, alla ricerca di stimoli e idee, informazione,

condivisione e ricerca di pareri e recensioni. Interessanti i dati relativi all'ADV sulle piattaforme sociali. La percezione di fastidio rispetto a queste forme di pubblicità è alta solo quando ci interrompono (ad esempio mentre guardiamo un video su YouTube). Cresce invece la percezione della loro utilità. Novità di quest'anno per la ricerca di Blogmeter è un capitolo dedicato alle storie su Facebook e Instagram, secondo la piattaforma 1 utilizzatore su 3 di Facebook e Instagram preferisce le storie ai post perché: sono il modo migliore per essere sempre aggiornato; mi piace farle e condividerle; sono più genuine, non sono finte.

### Largo agli influencer

La sezione conclusiva della ricerca si concentra invece sul tema degli influencer, determinando che le "social icon" (instagrammer, youtuber, blogger) sono di gran lunga la categoria di influencer più gradita al pubblico (31%), seguite da molto lontano da musicisti (7%), personaggi televisivi (5%), atleti (4%) e infine politici, attori, registi (3%). Tra le motivazioni per cui vengono seguite le social icon: trattano argomenti che mi interessano; sono simpatici; li trovo spontanei, mi fido di loro.