
Giovani: Università Cattolica. Ricerca Almed, "per la generazione z il vero opinion leader è rispettoso, gentile ed empatico"

Rispetto per gli altri, gentilezza ed empatia. Sono queste le caratteristiche che deve avere un opinion leader per i giovani nati tra il 1995 e il 2010 (generazione z) che sono stati i protagonisti della ricerca "Mi fido di te" realizzato da Tips Ricerche, agenzia specializzata in ricerche di mercato sul target giovanile, che ha coinvolto un campione di 230 tra studenti di scuola primaria, secondaria inferiore e superiore, e università. La ricerca è nata nell'ambito di Opinion Leader 4 Future, progetto triennale avviato dall'Università Cattolica attraverso Almed (Alta Scuola in media, comunicazione e spettacolo) in collaborazione con Credem Banca (Credito emiliano). Per la generazione z gli opinion leader per informarsi sono gli esperti di settore e gli amici (34% e 33% degli intervistati.) Al terzo posto i genitori (25%) mentre per i 20-25enni i giornalisti al 20%, affiancati per il genere maschile anche dagli sportivi. Gli influencer sono invece considerati figure di riferimento solo dal 17% del campione. Di loro si apprezza principalmente la capacità di fare da filtro e da traduttori dei flussi informativi (funzionano da broker). Il 57% del campione considera quella degli influencer una vera e propria professione e il 30% vorrebbe intraprendere questo percorso lavorativo in futuro. Nel complesso, osservano i ricercatori, "emerge con forza il bisogno di affidarsi a figure competenti e carismatiche ma che si percepiscono vicine, necessità sentita soprattutto durante il periodo di lockdown". Per quanto riguarda i principali tratti che deve possedere un opinion leader, il rispetto per gli altri è un valore citato (rilevante per il 91% degli intervistati, soprattutto target femminile). Valore che si dimostra con gentilezza (l'86% la cita come caratteristica distintiva) ed empatia (83%). Anche senso di responsabilità e integrità appaiono rilevanti e si sviluppano attraverso doti comportamentali quali onestà nel raccontarsi, coerenza degli atteggiamenti e capacità davanti agli errori di mettersi in discussione. "I giovani della generazione z - si legge nello studio - sono inoltre alla ricerca di guide coraggiose (86%) in grado di lottare e apportare cambiamenti (85%) significativi nel contesto sociale".

Giovanna Pasqualin Traversa