



Gli interessi degli Under 26: sempre piÃ¹ social e musica, sempre meno calcio

Descrizione

Stadi sempre piÃ¹ vuoti, interesse ridotto e conseguente calo degli investimenti da parte degli **sponsor**. Tendenze peraltro aggravate da due anni di **pandemia**. A scemare Ã¨ soprattutto lâ€™attenzione dei giovani per lo sport, nonostante qualche dato in controtendenza, a beneficio principalmente della tecnologia, che pervade ormai le loro vite.



Il 97% degli Under 26 utilizza Whatsapp. I social network hanno stravolto le abitudini dei giovani

Anche le societÃ sportive dovranno probabilmente prenderne atto, cercando di solleticare l'attenzione delle nuove generazioni di oggi, che saranno anche i consumatori di domani. Le profonde trasformazioni di **abitudini** e **consumi** impongono di osservare i comportamenti degli **Under 26** per capire come si possa correggere lâ€™offerta di sport.

Come scrive la *Gazzetta dello Sport*, Il tema Ã¨ stato al centro del workshop organizzato da SG Plus Ghiretti & Partners, societÃ parmense che ha messo al centro del dibattito la ricerca dell'Istituto Piepoli su Millennials e **Generazione Z**. Con il secondo termine ci si riferisce alla generazione dei nati tra il **1995** e il **2010**.



La Sg Plus Sport Advisor ha analizzato le abitudini degli under 26

I dati sono stati analizzati da Livio Gigliuto e Nicola Pongetti: *“I giovani italiani confermano la loro passione per lo sport. A differenza delle generazioni precedenti, l’attività fisica fa parte della routine quotidiana, come lavarsi i denti o andare a scuola. Ad oggi, infatti, **pratica sport** più del **70%** dei giovani italiani, soprattutto per tenersi in forma e curare l’aspetto, spinti anche da un rapporto stretto con l’immagine personale e i social network, principale canale di contatto della generazione Z. Il 74% dei giovani continuerà a fare attività fisica anche in futuro. Quali sono gli sport preferiti dai giovani? Guidano la classifica camminate e **corse** all’aria aperta, che hanno recuperato posizioni dall’inizio della pandemia, subito a seguire troviamo la **piscina**, il calcio e la **pallavolo**”*.



Le abitudini sportive modificate dal lockdown (dati Istat)

Se poi si allarga il discorso all’uso del tempo libero, si scopre che tra le principali attività ci sono i **social network** (37% per la Gen Z, 35% per i Millennials), l’ascolto della **musica** (36% e 31%), guardare **serie tv** e **film** in streaming (36% e 35%). Instagram e YouTube si confermano i social più frequentati dai più giovani. Gli smartphone vengono utilizzati dalla Generazione Z per il **97%** per **Whatsapp** o Telegram, per il 95% per i social e la musica e soltanto per il **35%** per guardare il **calcio**. In pratica, soltanto uno su tre segue le partite in streaming. Un dato che inevitabilmente si ripercuote anche sulle presenze allo stadio.

Conclude Roberto Ghiretti, ceo di SG Plus: *“La pandemia non lascerà macerie, perché lo sport ha retto come veicolo sociale importante. Ma devono cambiare le **strategie** e le **attitudini delle società sportive**, proprio come cambia lo sport. Le Federazioni devono essere artefici del cambiamento. Se si cambia, si cresce. Risulta quindi necessario stimolare dei patti e delle alleanze educativi. Lo sport è un antidoto a tutti i malesseri sociali: la società deve essere strumento di*



rtive socialiâ€•Una bella scommessa per i **club**, chiamati ad attrarre giÃ oggi i
on fare i conti domani con stadi sempre piÃ¹ vuoti e un **prodotto** sempre meno
appetibile.

Categoria

1. Oltre lo Sport

Tag

1. Calcio
2. corsa su strada
3. Covid-19
4. nuoto
5. Pallavolo
6. Stadi
7. stadio Franco Scoglio

Data di creazione

27 Dicembre 2021

Autore

fstraface

default watermark