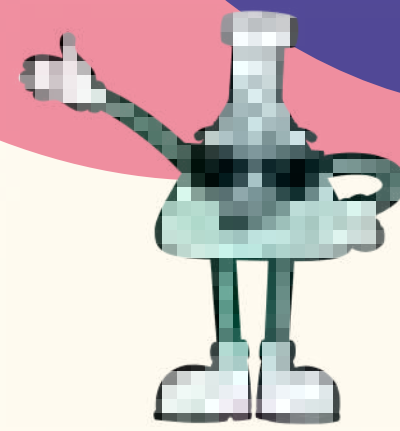




VILLA FUTURA

& Hearts & Science

La vita segreta degli adulti ABITUDINI DIGITALI DEGLI OVER 50



50% DELLA POPOLAZIONE

Fasce di età

50-59 60-73 74+

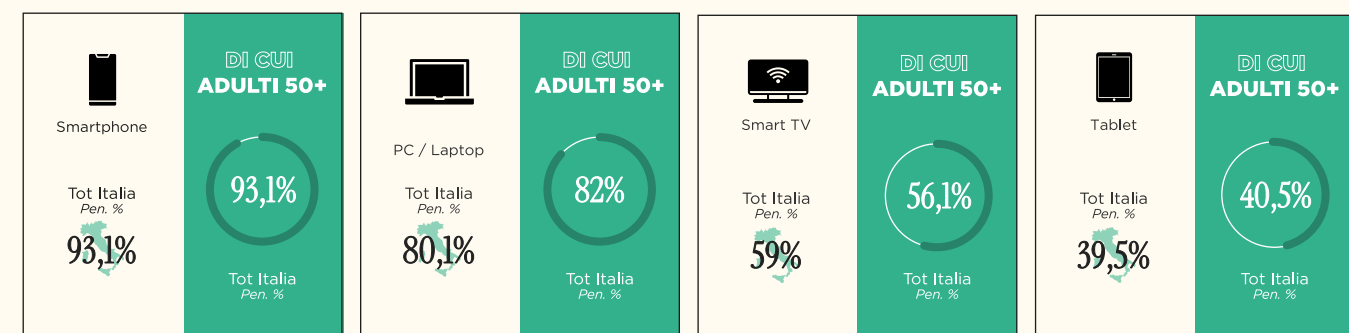
8 FALSI MITI CHE SFATIAMO IN QUESTA RICERCA

#1 Gli over 50 sono poco tech friendly



UNO SMARTPHONE PER TUTTI MA NON SOLO...

Quali dei seguenti dispositivi utilizzi abitualmente nell'arco della tua giornata?

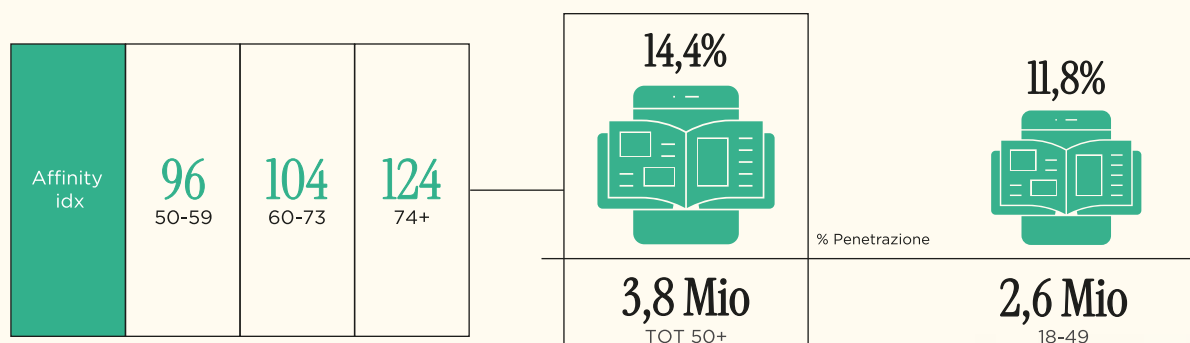


#2 Gli over 50 si informano solo alla tv

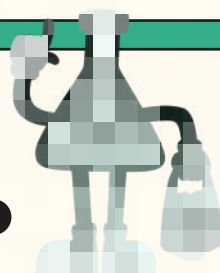


L'INFORMAZIONE IN ITALIA È MOLTO OVER 50

Possiedi un abbonamento a riviste / quotidiani o magazine in versione digitale? SI

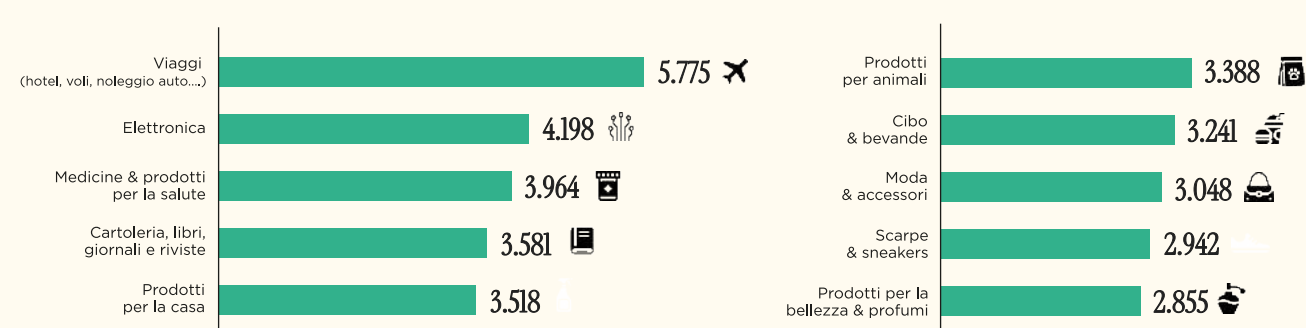


#3 Gli over 50 vanno solo al supermercato

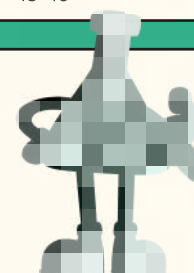


NIPOTE SCANSATI

Hai fatto acquisti online negli ultimi 3 mesi? SI

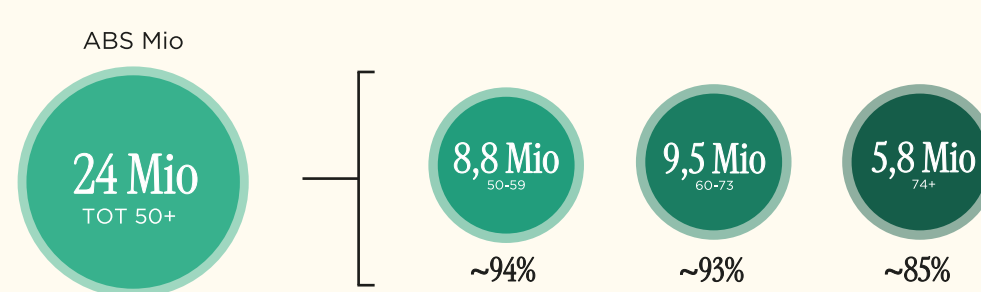


#4 Gli over 50 sono analogici per natura



NESSUNO TOCCHI WHATSAPP

Utilizzi abitualmente whatsapp? SI

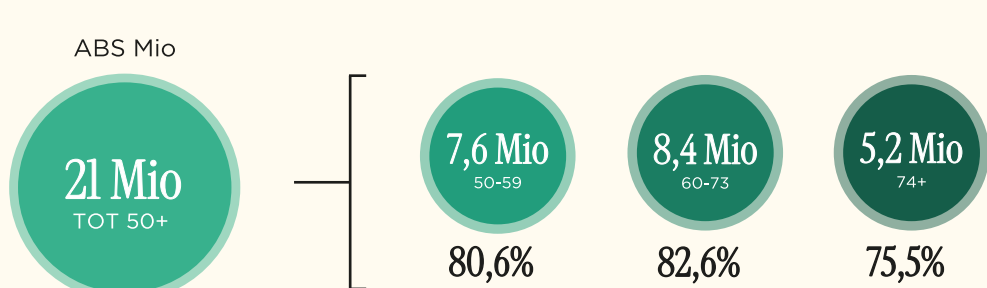


#5 Gli over 50 non sono social

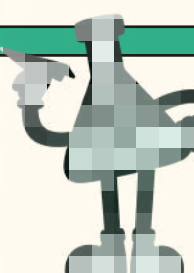


L'80% DEGLI ADULTI 50+ UTILIZZA ABITUALMENTE I SOCIAL NETWORK

Quali sono le Piattaforme social che utilizzi abitualmente? TUTTE

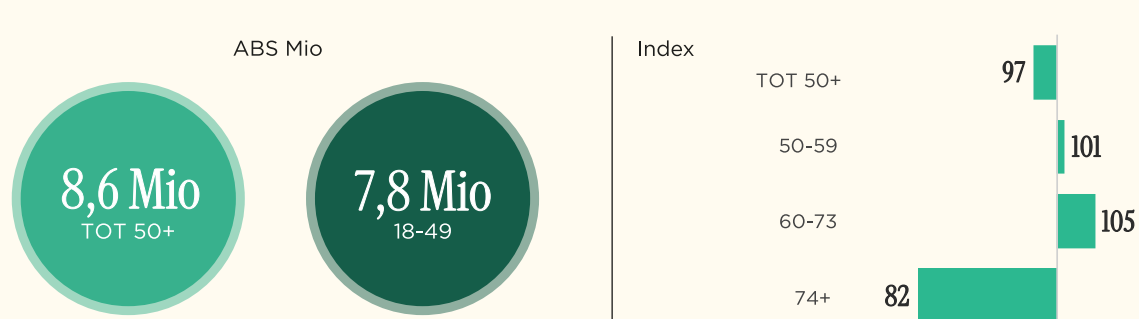


#6 Gli over 50 sono chiusi su loro stessi



PRENOTARE VIAGGI ONLINE METTE TUTTI D'ACCORDO

Usi internet per organizzare il prossimo viaggio? SI

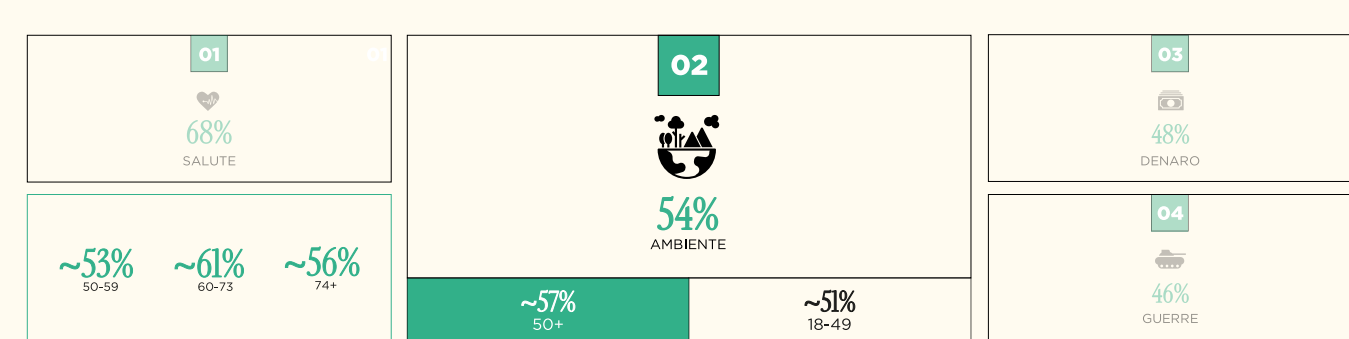


#7 Gli over 50 non sono green

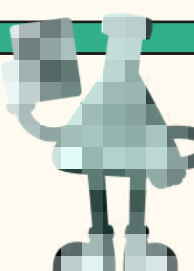


L'AMBIENTE È UN TEMA SOLO DA GEN - Z

Quali sono le cose che ti preoccupano maggiormente per il futuro?

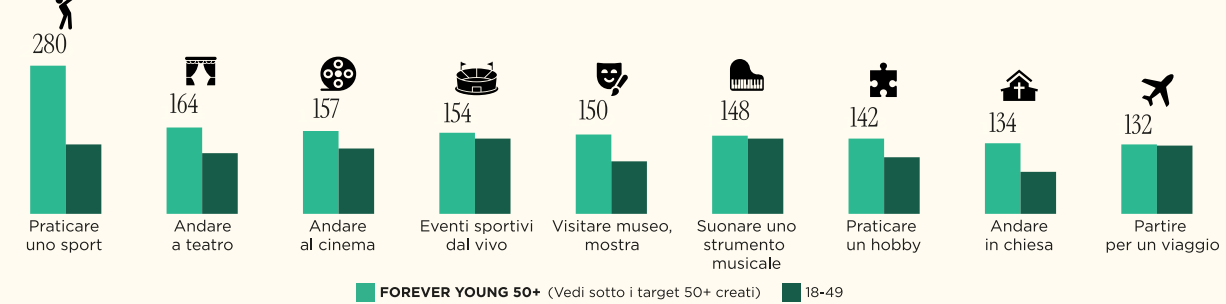


#8 Gli over 50 non sono attivi



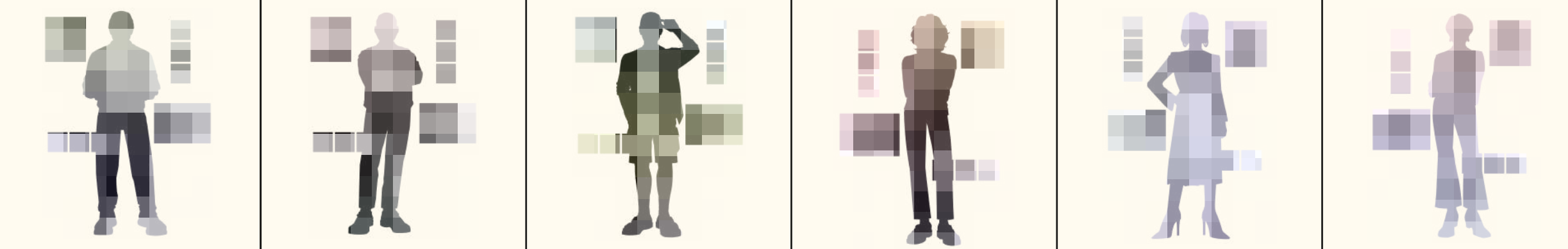
1/3 DEGLI OVER50 SONO COSÌ ATTIVI CHE SUPERANO I GIOVANI IN TUTTE LE COSE CHE FANNO

Quali sono le cose che piace fare e che fai più spesso?



IL MONDO DEGLI OVER 50

Abbiamo diviso la popolazione over 50 in 5 target (+1)



FOREVER YOUNG	VILLA ARZILLA	GREENERS	CULTURAL PRO	GRANDFLUENCERS	EPICUREI
Profilo: Circa 8 milioni di persone da cui però separiamo la componente più adulta 1.5 milioni (Villa Arzilla, over 74)	Profilo: 1,5 milioni di persone	Profilo: 16 milioni di persone accomunate dall'interesse per l'ambiente e la sostenibilità.	Profilo: 11 milioni di adulti istruiti con una leggera sovrarappresentanza al Nord Italia.	Profilo: 10 milioni di adulti, con una prevalenza femminile.	Profilo: 4,4 milioni di persone con una prevalenza al Sud Italia ed un reddito che gli permette di vivere agiatamente.
Interessi: I Forever Young sono tutto Salute, Bellezza, SPA, Sport, Moda. Vanno ovunque, fanno tutti gli sport, frequentano tutti gli eventi... Il fitness è secondo solamente al sesso.	Interessi: I Villa Arzilla sono molto simili ma più adulti, quindi con qualche velleità in meno e qualche desiderio in più: piuttosto che i contenuti, cercano l'amore su Tinder.	Interessi: Amano stare all'aria aperta, fare meditazione, respirazione e bere la tisana. Le previsioni meteo sono un punto fermo nella loro giornata.	Interessi: Vanno a teatro, al cinema, leggono quotidiani e talvolta partecipano ad aste online.	Interessi: Cercano online informazioni sulla pensione, sulla salute, sulla casa, sugli animali domestici... su tutto. Giocano ai videogiochi, guardano video online, mangiano fuori casa e viaggiano.	Interessi: Amano mangiare, bere e stare insieme agli amici: viaggiano, vanno allo stadio, al cinema, al bar, nei locali la sera.
		La vita online: Online frequentano molto siti ed app di cucina, in cui cercano prevalentemente ricette sane e gustose.	La vita online: Nel mondo digitale vogliono far sentire la loro voce, esprimere opinioni su argomenti vari.	La vita online: Sul telefono hanno un app per tutto, da OnlyFans alle ricette di Giallo Zafferano.	La vita online: Non cercano solo contenuti per adulti online, ma anche tante informazioni sportive e suggerimenti per fare l'investimento giusto. Poi, ovviamente, se si trova l'amore va bene: sono tra chi dichiara maggiormente di acquistare online prodotti erotici.
		I social sono il luogo in cui riprendere le amicizie perse nel corso della vita.	Comprano online libri, eventi, viaggi, elettronica, sneakers.	Sui social sono attivissimi/e, cercando amici, informazioni, eventi, giochi e commentando tutto il commentabile.	