

Statista Consumer Insights Global:

Generazione Z in Svizzera

2024

AD
MEIRA

Statista Consumer Insights Global

Panoramica:

Questo rapporto analizza la Generazione Z (Gen Z), ovvero i consumatori nati tra il 1995 e il 2012. Il rapporto fornisce una panoramica completa della Gen Z / Generazione Z in Svizzera: chi sono, cosa amano, cosa pensano e come raggiungerli. Offre approfondimenti sui loro dati demografici, sullo stile di vita, sulle opinioni e sui punti di contatto del marketing. Inoltre, il rapporto consente di effettuare un benchmarking tra la Gen Z / Generazione Z in Svizzera («gruppo target») e la media degli intervistati svizzeri, indicati come "tutti gli intervistati" nei grafici. Il rapporto viene aggiornato trimestralmente e si basa sui dati dell'indagine globale di Statista Consumer Insights.

Consumer Insights Global Metodologia

Design:

Sondaggio online, disegno del questionario diviso in due parti

Durata:

circa 15 minuti

Lingua:

Lingua ufficiale (o lingue ufficiali) con l'inglese americano come alternativa.

Regione: 56 paesi

Numero di persone intervistate:

12'000 per i paesi con il sondaggio esteso.

2.000 per il sondaggio di base

Campione:

Utenti di Internet di età compresa tra i 18 e i 64 anni.

Quote per sesso ed età

Periodo:

Da gennaio a dicembre - I Paesi che ricevono l'indagine estesa sono aggiornati quattro volte l'anno

Quelle: Statista Consumer Insights Global, gennaio 2024

Statista Consumer Insights Global zur Gen Z: key insights

Profilo demografico

Il **20%** di tutti gli intervistati **appartiene alla Generazione Z**.

Il **51%** della Generazione Z è di **sexso femminile**.

Molti appartenenti alla Generazione Z **hanno un reddito familiare annuo basso**.

La Generazione Z ha **maggiori** probabilità di **vivere in piccole città e comunità rurali** rispetto al consumatore medio.

Consumer Lifestyle

Il **successo e l'avanzamento di carriera** sono relativamente **importanti**.

Carriera e istruzione sono gli interessi relativamente **predominanti** della generazione Z.

I **videogiochi caratterizzano gli hobby** di questa generazione più della media della popolazione.

La generazione Z è significativamente **più interessata al calcio** rispetto alla media.

Consumer Attitudes

Solo il 29% dichiara di essere stato **influenzato da celebrità o influencer** come testimonial **nell'acquisto di prodotti**.

Il **45% appartiene** alla tipologia di consumatori **«innovation adopters»**.

Per la generazione Z, **la salute e la sicurezza sociale** sono argomenti **poco importanti**.

La generazione Z è **politicamente più di sinistra**.

Marketing Touchpoints

Il **consumo di musica digitale è più marcato** rispetto al consumatore medio.

Una percentuale relativamente alta della generazione Z **utilizza i social media solo passivamente**.

La generazione Z **ricorda ancora molto bene le pubblicità TV**.

La generazione Z **ricorda le pubblicità sui social media più spesso** della media.

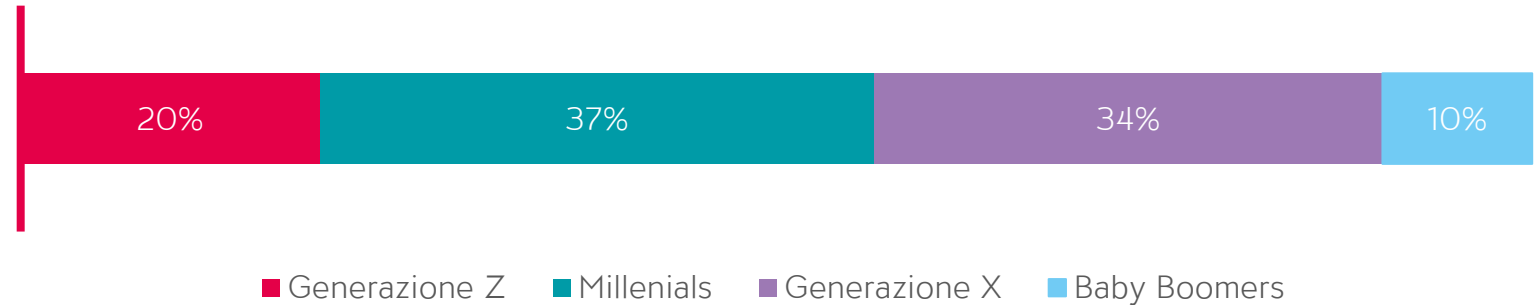
Profilo demografico

Solo il 20% degli intervistati appartiene alla Gen Z

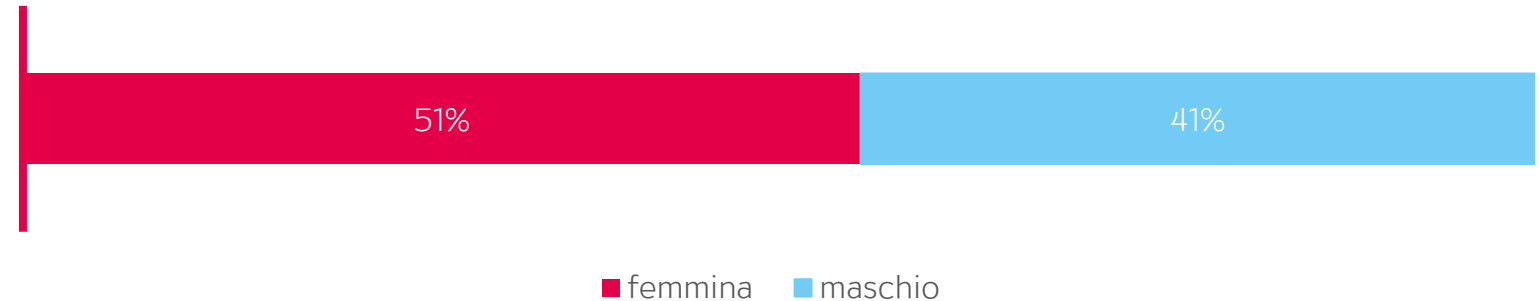


La giovane Generazione Z è relativamente poco rappresentata nella società.

Affiliazione generazionale



Divisione di genere

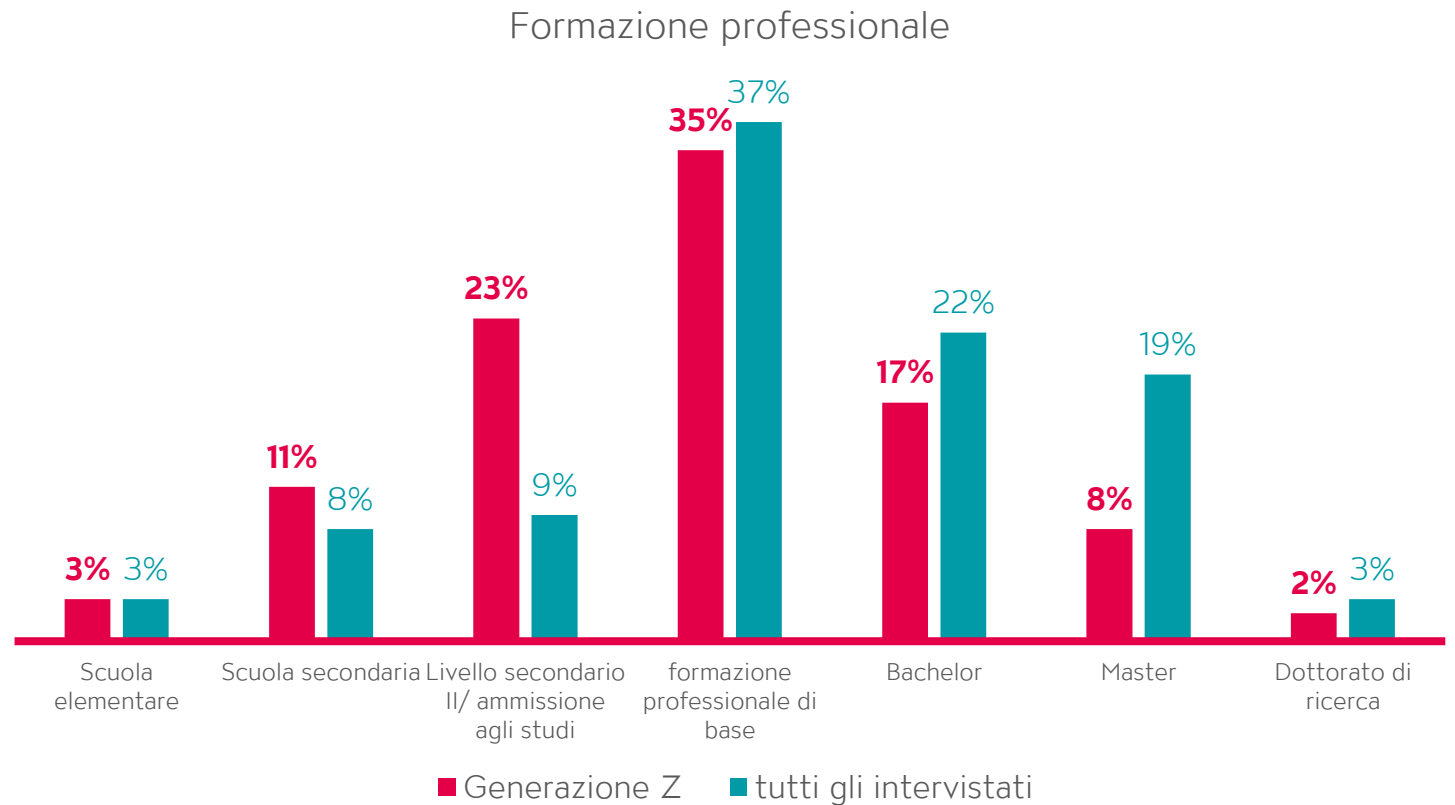


Fonte: Statista Consumer Insights Global, gennaio 2024
Gen Z / Generazione Z : n=1828
Tutti gli intervistati: n= 9.224
CH totale, sono possibili più menzioni

Il 23% della generazione Z ha completato Livello secondario I.



Più le persone sono anziane, più sono istruite.

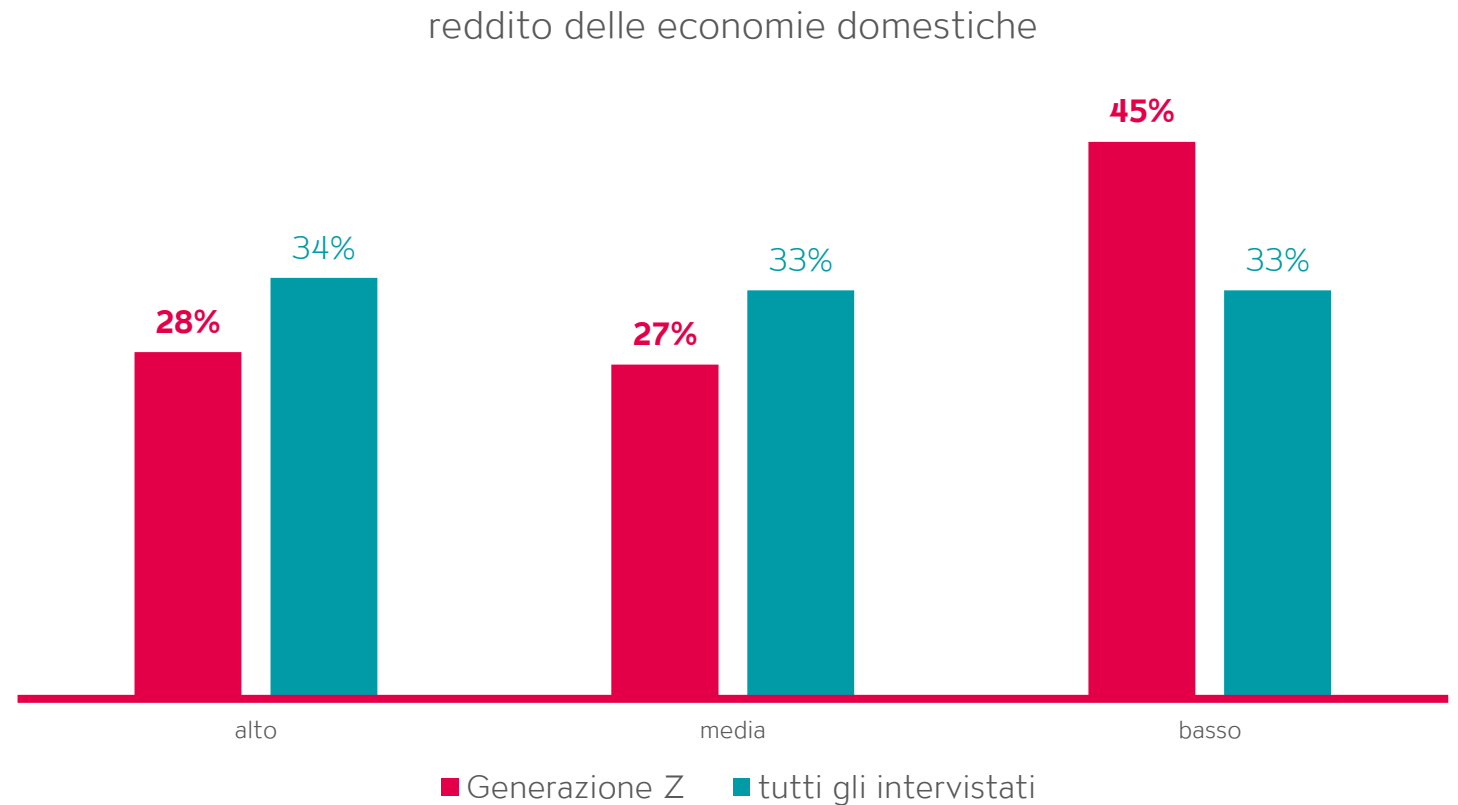


Fonte: Statista Consumer Insights Global, gennaio 2024
Gen Z / Generazione Z : n=1'828
Tutti gli intervistati: n= 9.224
CH totale, sono possibili più menzioni

La Generazione Z tende a guadagnare un po' meno



I redditi più alti tendono ad essere riscontrati nei gruppi di età più avanzata.

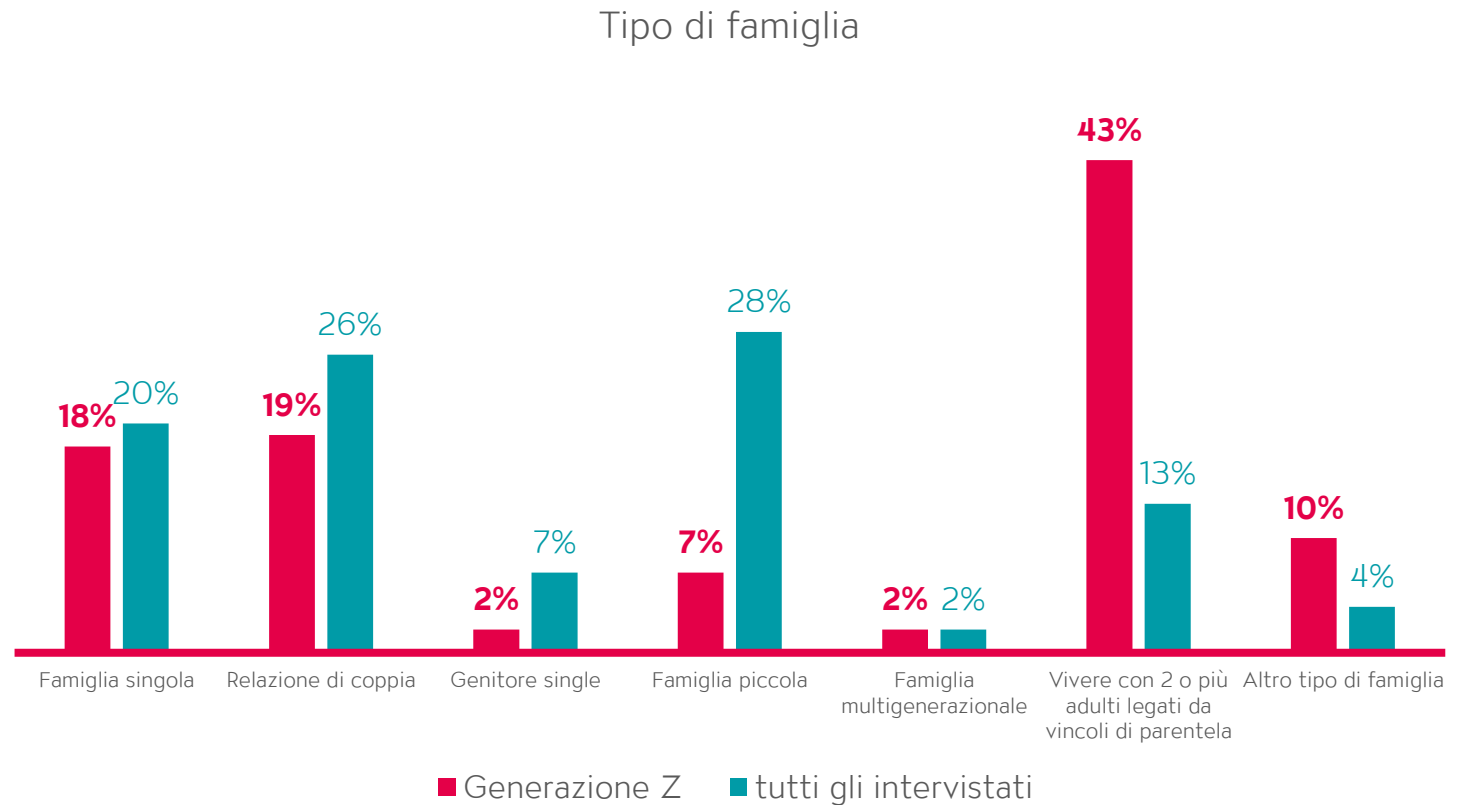


Fonte: Statista Consumer Insights Global, gennaio 2024
Gen Z / Generazione Z : n=1'828
Tutti gli intervistati: n= 9.224
CH totale, sono possibili più menzioni

My home is my castle



La generazione Z tende ancora a vivere in famiglia.



Fonte: Statista Consumer Insights Global, gennaio 2024
Gen Z / Generazione Z : n=1828
Tutti gli intervistati: n= 9.224
CH totale, sono possibili più menzioni

Giovane, alla moda,
urbano?

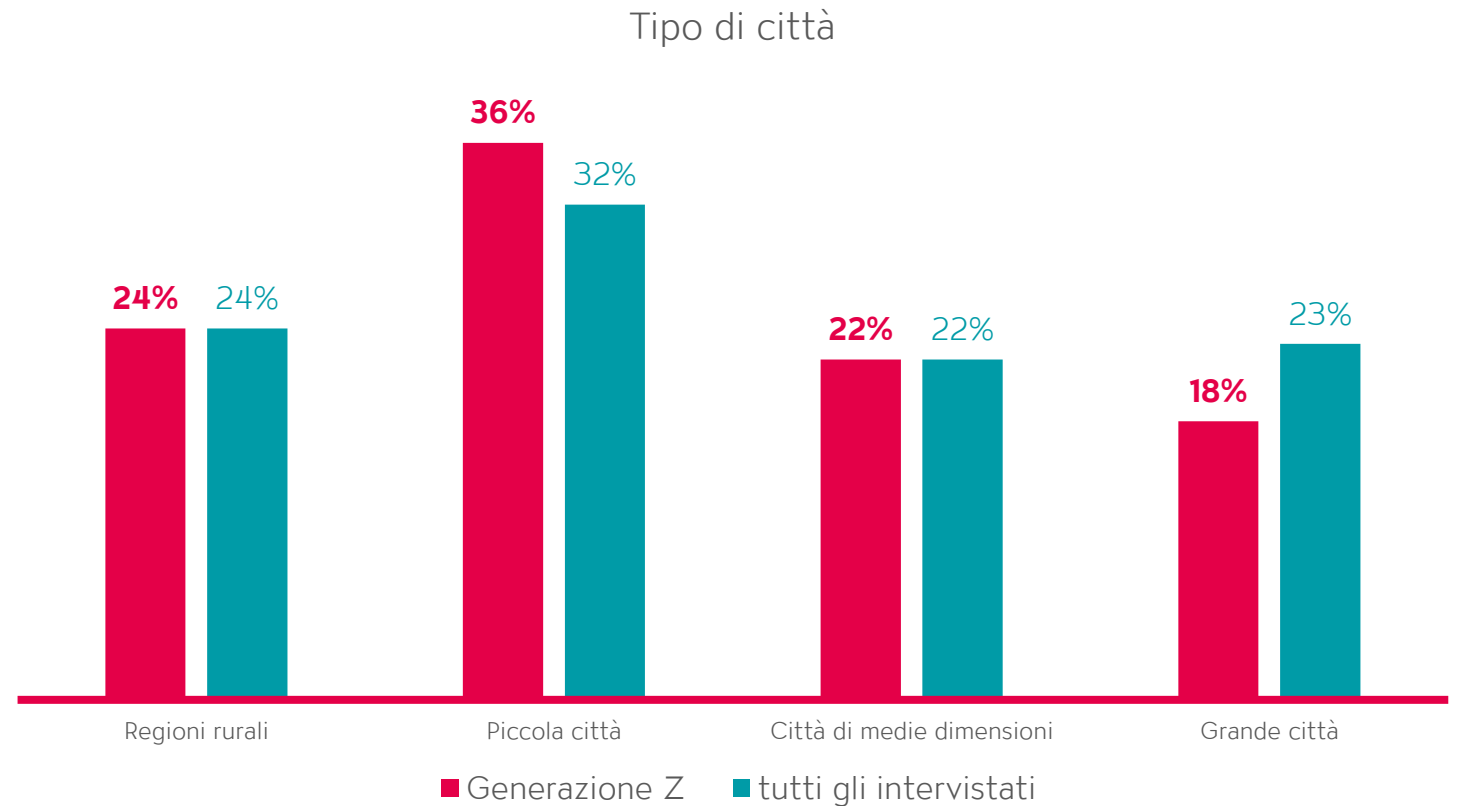
AD
MEIRA



Tendono a vivere in piccole città o in campagna



Giovani, alla moda e urbani?
No, la Generazione Z tende a
vivere in zone più rurali...



Fonte: Statista Consumer Insights Global, gennaio 2024
Gen Z / Generazione Z : n=1'828
Tutti gli intervistati: n= 9.224
CH totale, sono possibili più menzioni

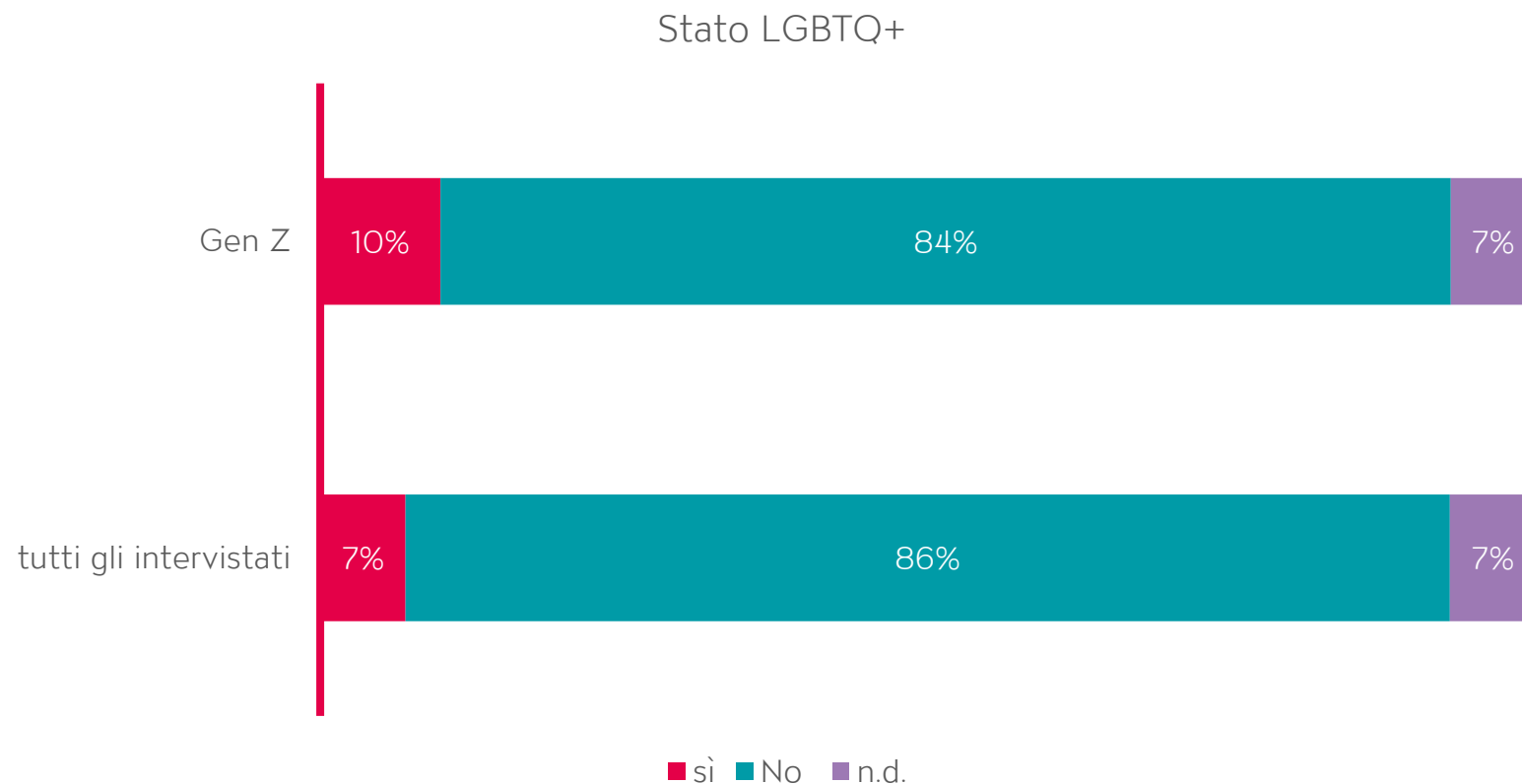
Tutti colorati?

AD
MEIRA



LGBTQ: la Generazione Z e la società

Il 10% dei Generazione Z si considera parte della comunità LGBTQ+



Fonte: Statista Consumer Insights Global, gennaio 2024
Gen Z / Generazione Z : n=1828
Tutti gli intervistati: n= 9.224
CH totale, sono possibili più menzioni

Consumer Lifestyle

Cosa è importante per loro?

Il divertimento e le feste?

Il denaro?

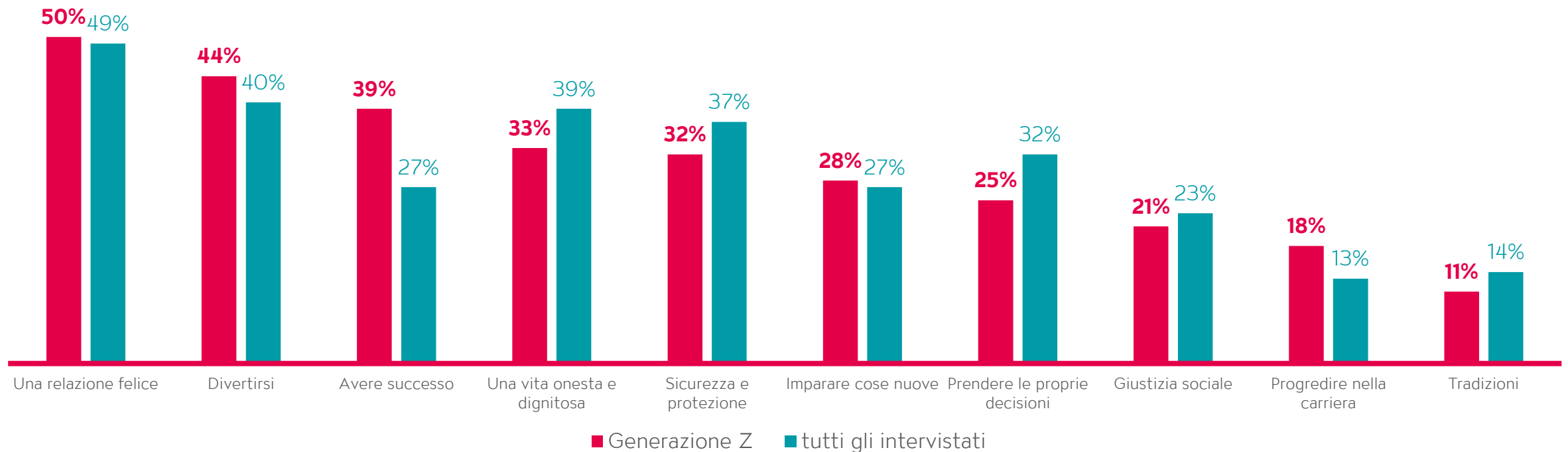
Oppure...?



Relazione felice e buon tempo in primo piano

Successo e carriera sono più importanti per la Generazione Z che per i loro genitori

Gli aspetti più importanti della vita per i consumatori in Svizzera

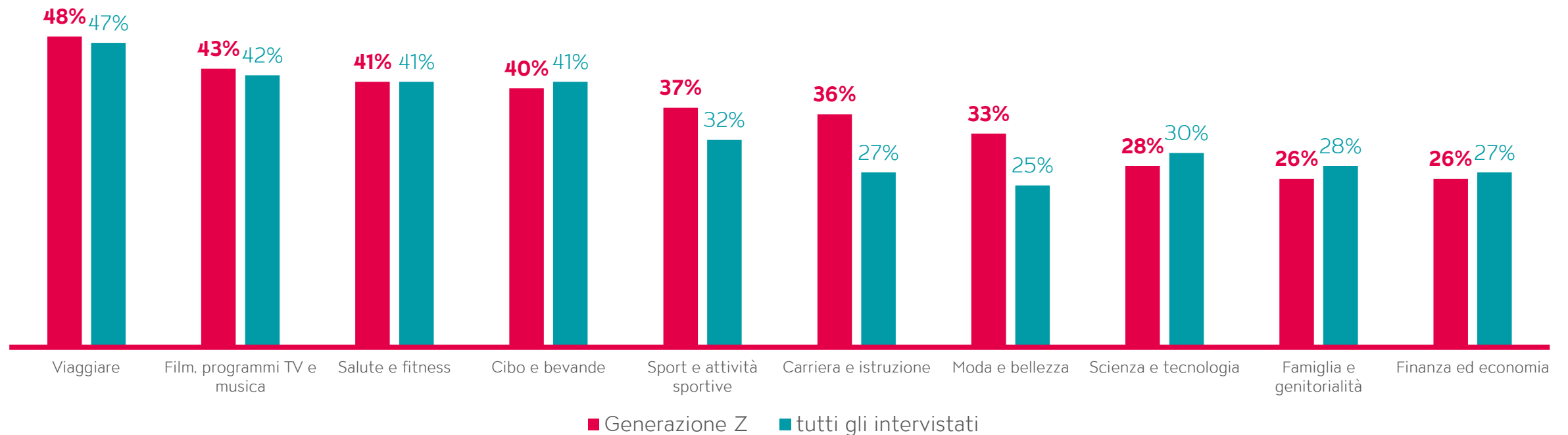


Fonte: Statista Consumer Insights Global, gennaio 2024
Gen Z / Generazione Z : n=1'828
Tutti gli intervistati: n= 9.224
CH totale, sono possibili più menzioni

I primi 4 interessi sono quasi identici a quelli della società

Più interessati a sport, carriera e moda rispetto agli altri

Top 10 degli interessi

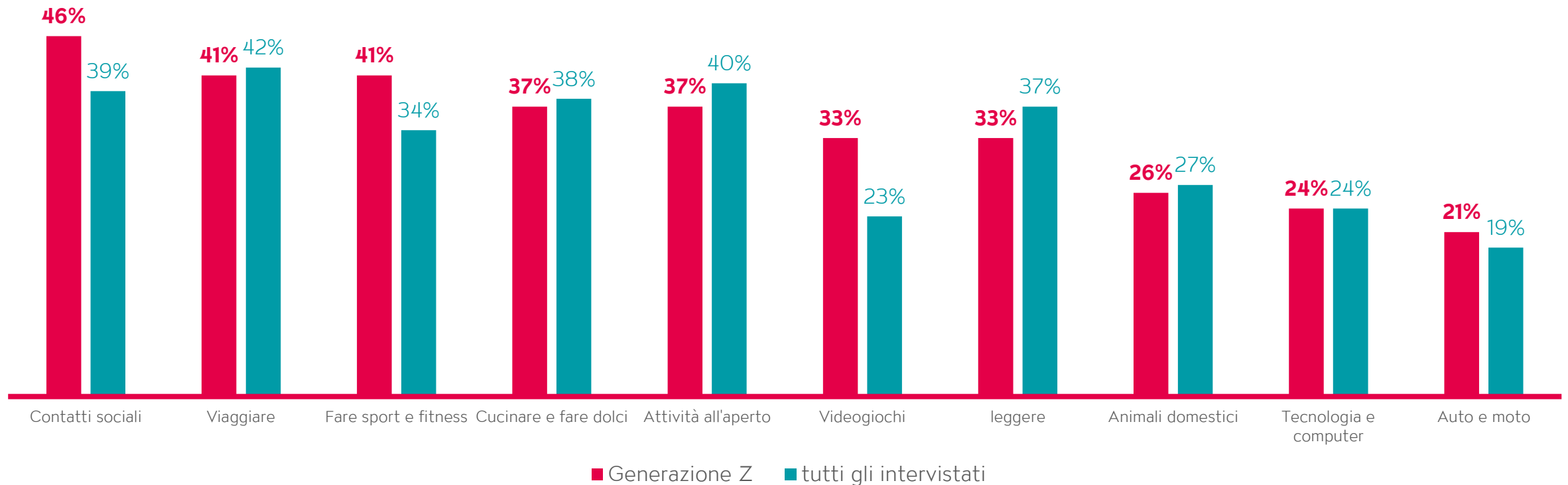


Fonte: Statista Consumer Insights Global, gennaio 2024
Gen Z / Generazione Z : n=1828
Tutti gli intervistati: n= 9.224
CH totale, sono possibili più menzioni

Contatti sociali e viaggi di fronte

Non ci sono quasi differenze per alcuni hobby

Top 10 degli hobby e delle attività

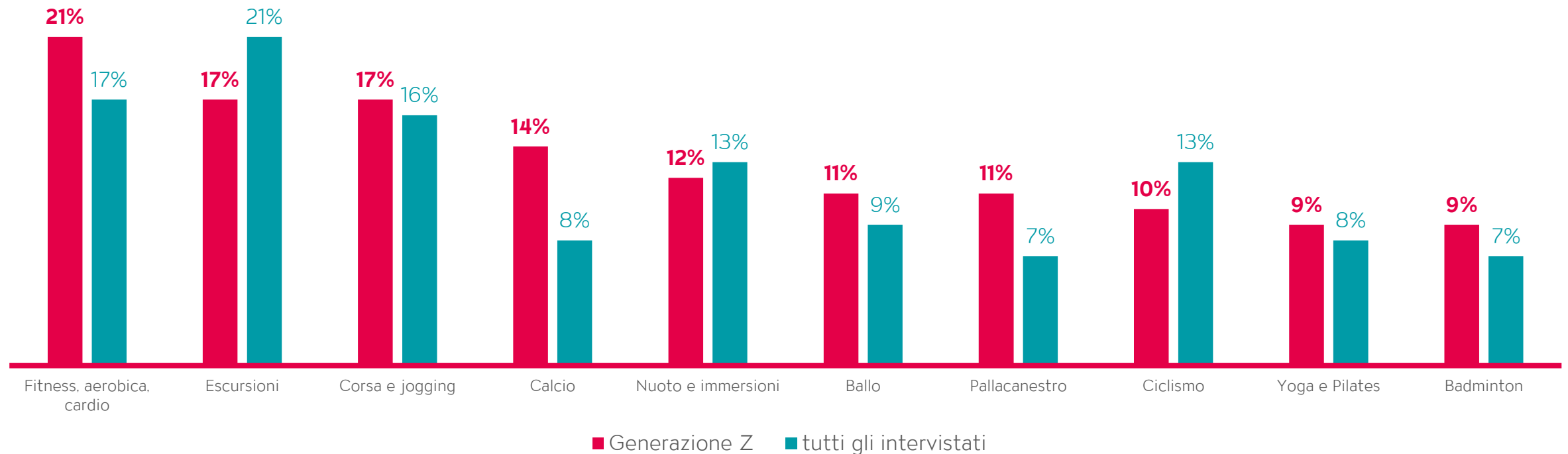


Fonte: Statista Consumer Insights Global, gennaio 2024
Gen Z / Generazione Z : n=1'828
Tutti gli intervistati: n= 9.224
CH totale, sono possibili più menzioni

La generazione Z si tiene in forma

In Svizzera, naturalmente, anche l'escursionismo è molto popolare.

Top 10 delle attività sportive

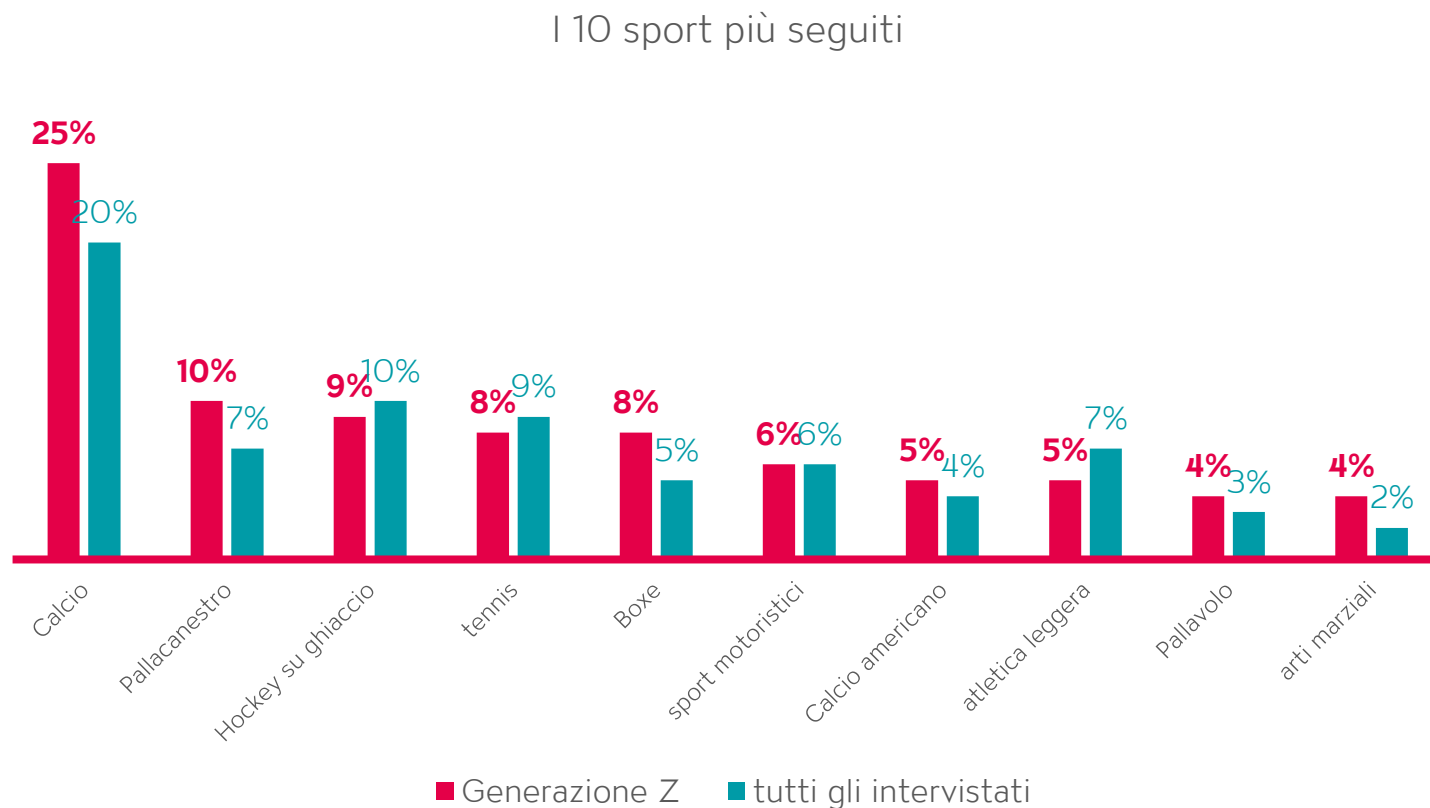


Fonte: Statista Consumer Insights Global, gennaio 2024
Gen Z / Generazione Z : n=1'828
Tutti gli intervistati: n= 9.224
CH totale, sono possibili più menzioni

L'attesa per l'UEFA EURO è sicuramente grande



La maggior parte degli sport seguiti sono ben rappresentati sui secondi canali della SSR.



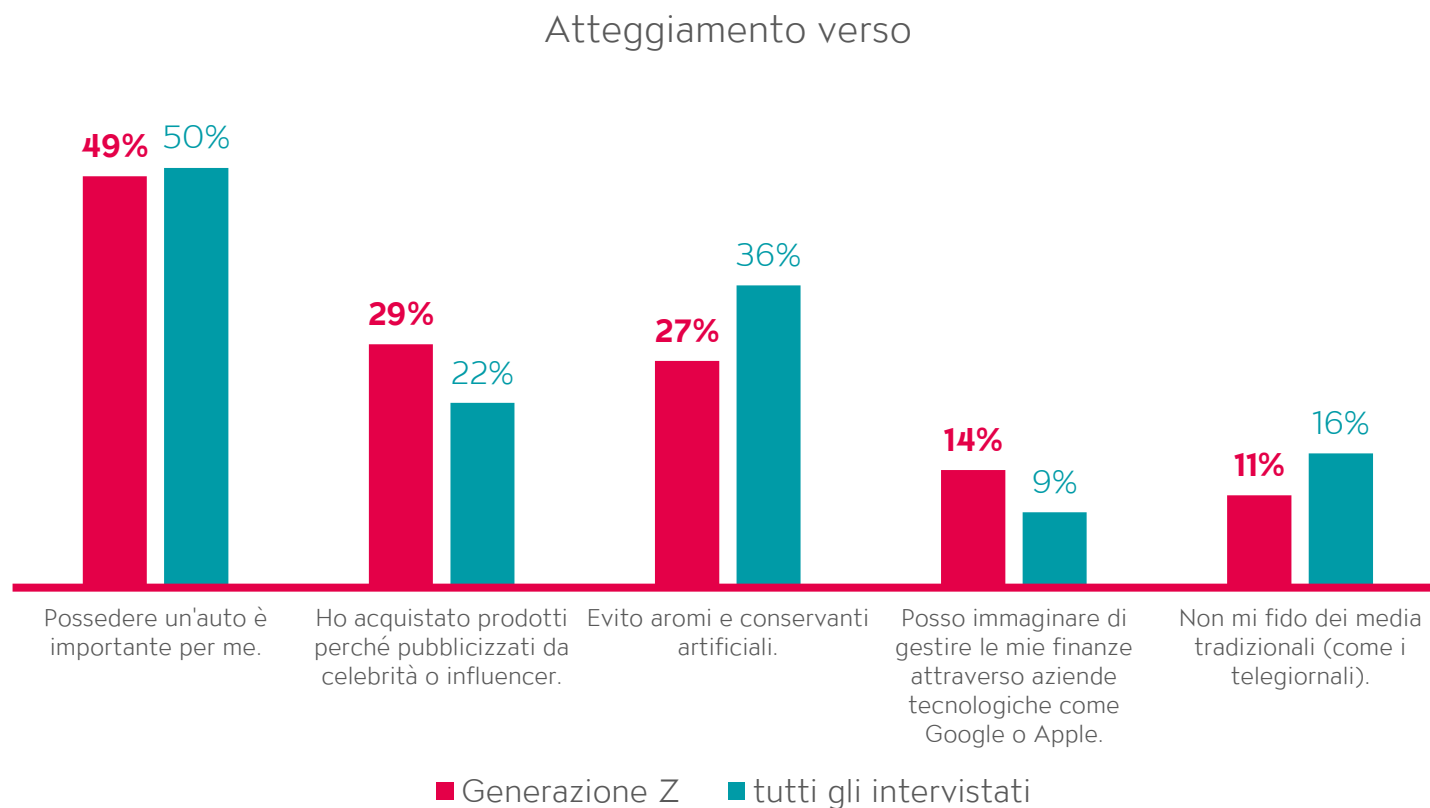
Fonte: Statista Consumer Insights Global, gennaio 2024
Gen Z / Generazione Z : n=1'828
Tutti gli intervistati: n= 9.224
CH totale, sono possibili più menzioni

Atteggiamento del consumatore

L'auto è importante per tutti gli intervistati



E solo circa 1/3 delle persone è influenzato dagli influencer.

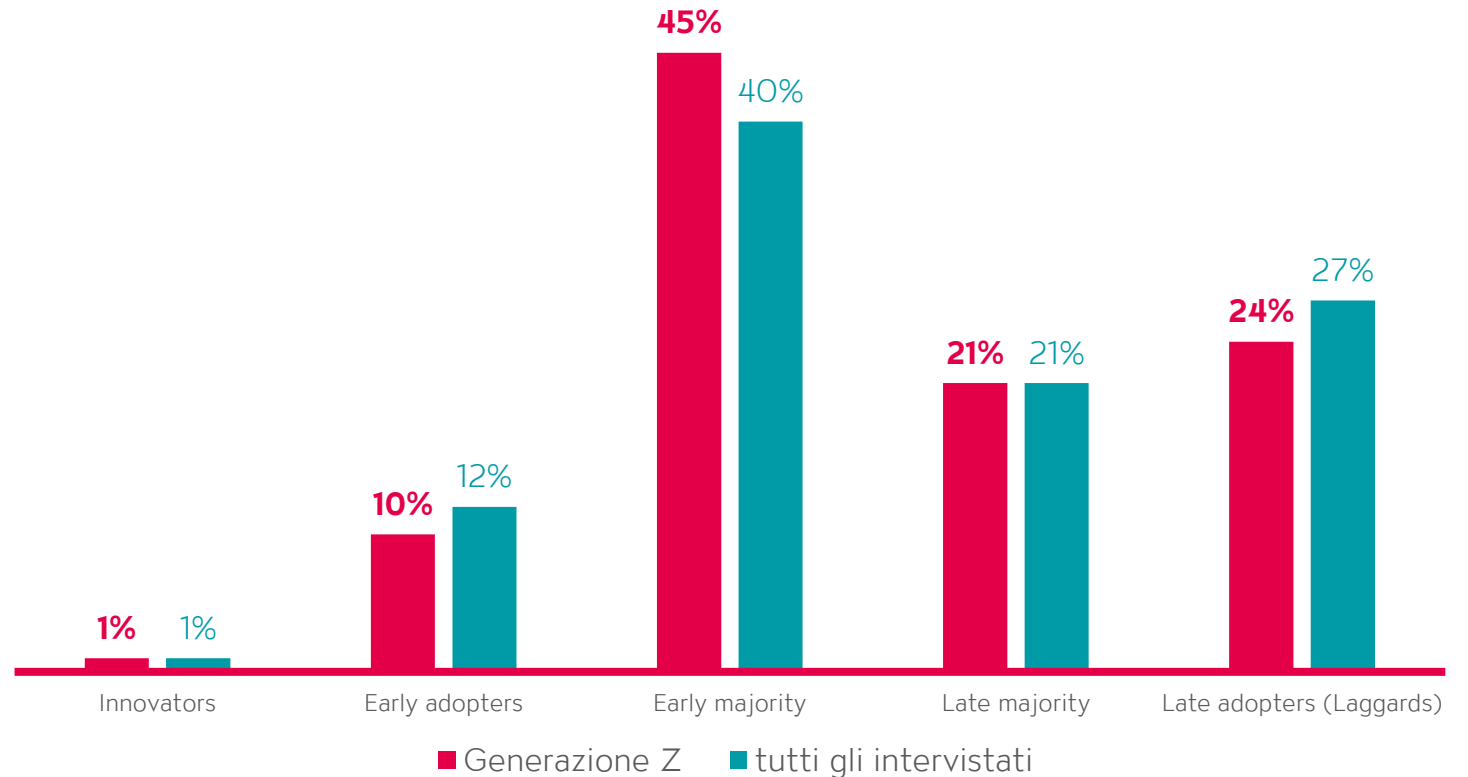


Fonte: Statista Consumer Insights Global, gennaio 2024
Gen Z / Generazione Z : n=1'828
Tutti gli intervistati: n= 9.224
CH totale, sono possibili più menzioni

Il 45% appartiene alla «early majority»



Tuttavia, anche alcune delle giovani generazioni sono piuttosto «conservatrici dell'innovazione».



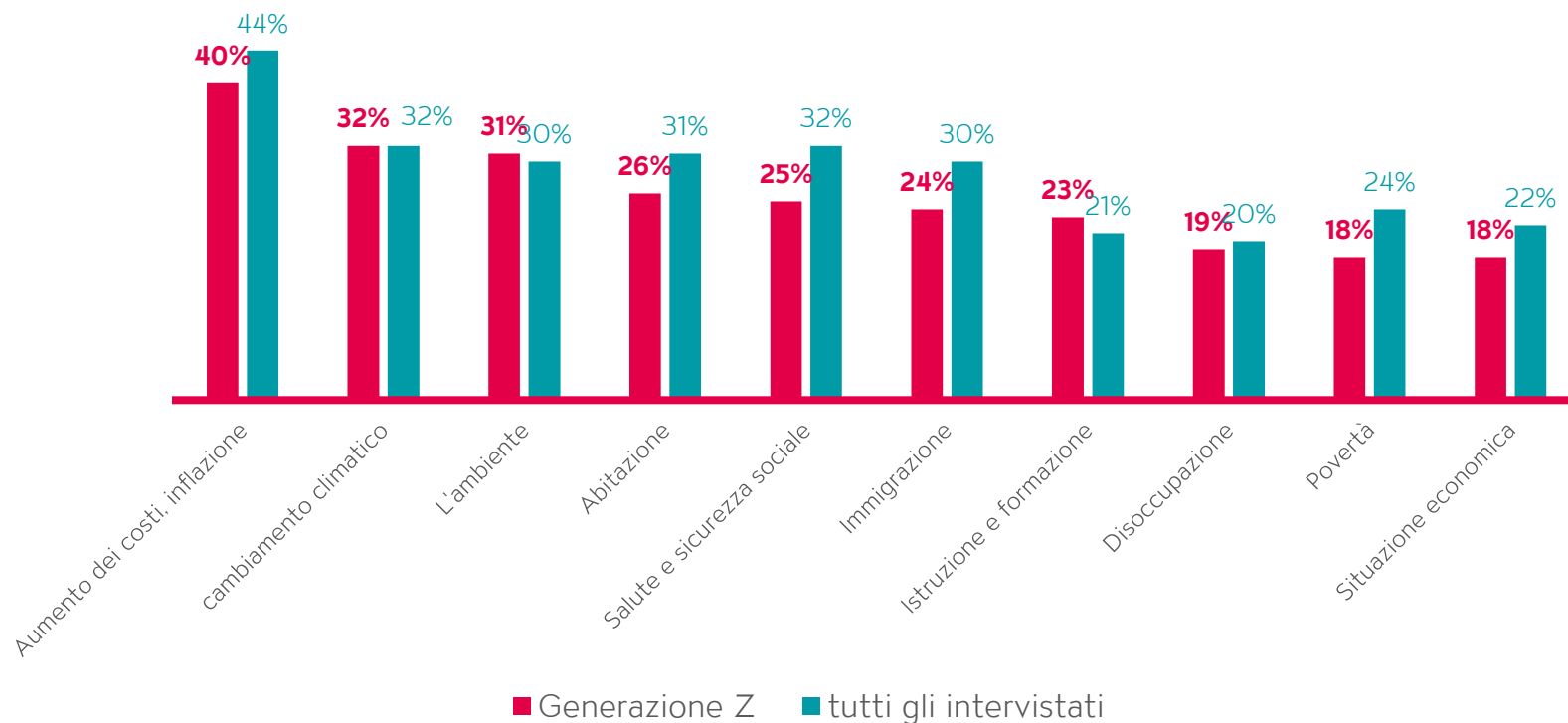
Fonte: Statista Consumer Insights Global, gennaio 2024
Gen Z / Generazione Z : n=1'828
Tutti gli intervistati: n= 9.224
CH totale, sono possibili più menzioni

L'inflazione e il cambiamento climatico muovono i GenZ



I giovani hanno preoccupazioni simili a quelle della Svizzera in generale.

I 10 temi più importanti per la Svizzera

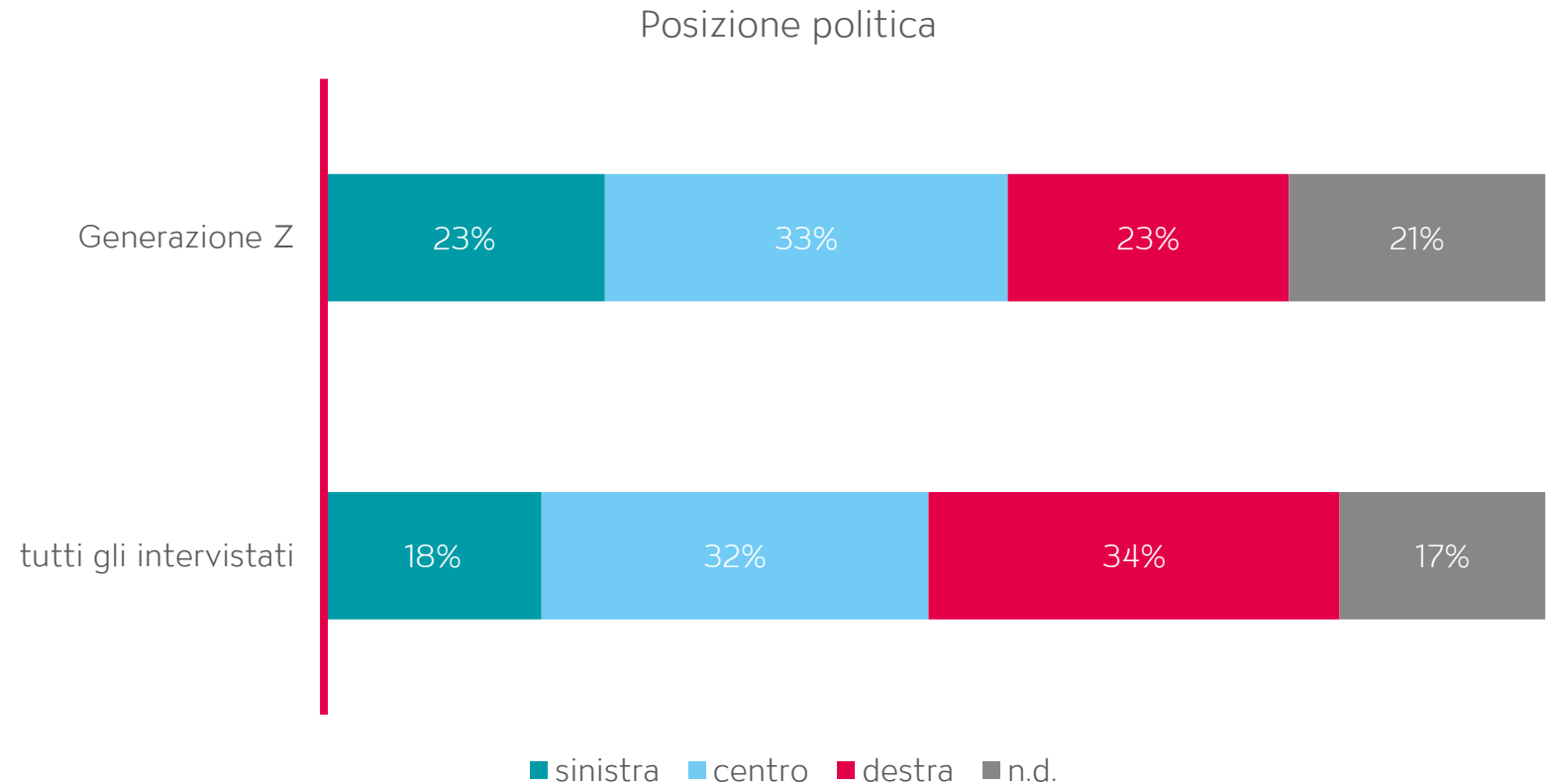


Fonte: Statista Consumer Insights Global, gennaio 2024
Gen Z / Generazione Z : n=1828
Tutti gli intervistati: n= 9.224
CH totale, sono possibili più menzioni

Atteggiamento politico della Gen Z



La generazione Z tende ad essere politicamente di sinistra.



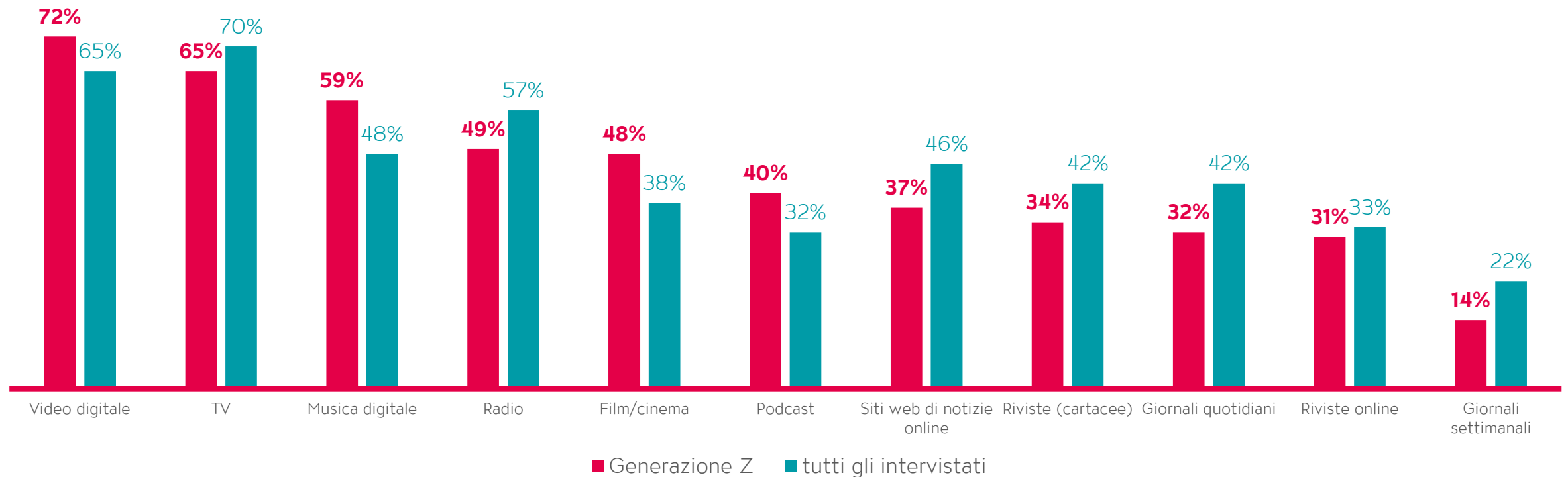
Fonte: Statista Consumer Insights Global, gennaio 2024
Gen Z / Generazione Z : n=1828
Tutti gli intervistati: n= 9.224
CH totale, sono possibili più menzioni

Marketing Touchpoints

La TV è al secondo posto in termini di utilizzo dei media

Anche altri media tradizionali, come la radio, sono ancora utilizzati.

Tipo di media utilizzati dai consumatori in Svizzera nelle ultime 4 settimane

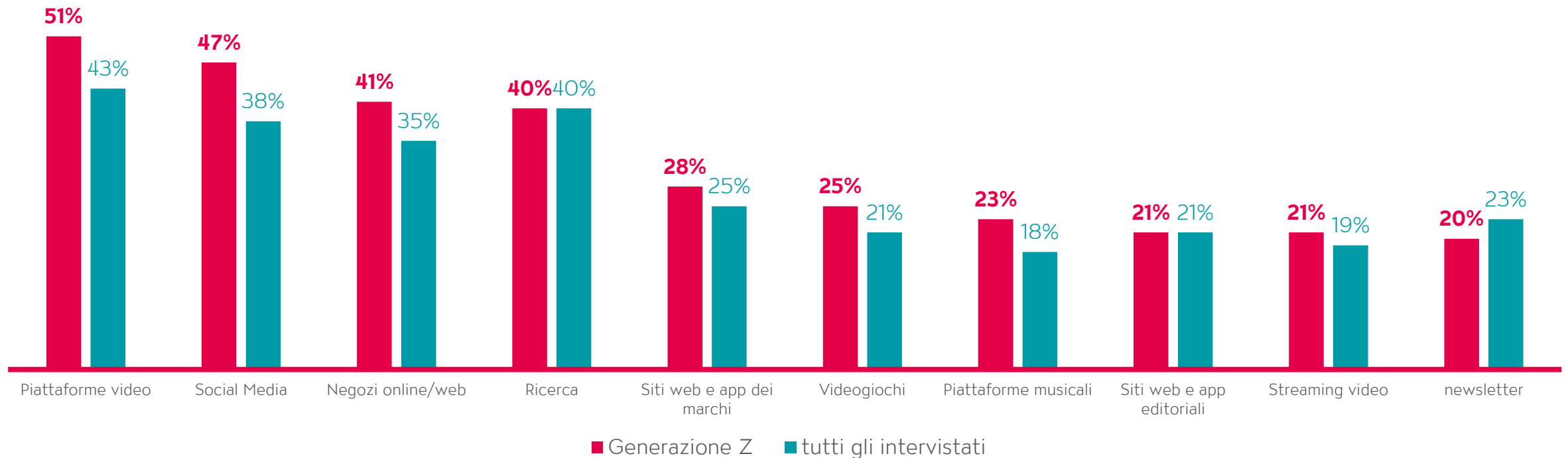


Fonte: Statista Consumer Insights Global, gennaio 2024
Gen Z / Generazione Z : n=1'828
Tutti gli intervistati: n= 9.224
CH totale, sono possibili più menzioni

Digital Touchpoints: i social media solo al 2° posto

La Generazione Z viene generalmente più a contatto con la pubblicità digitale

I 10 principali Touchpoints con la pubblicità digitale nelle ultime 4 settimane

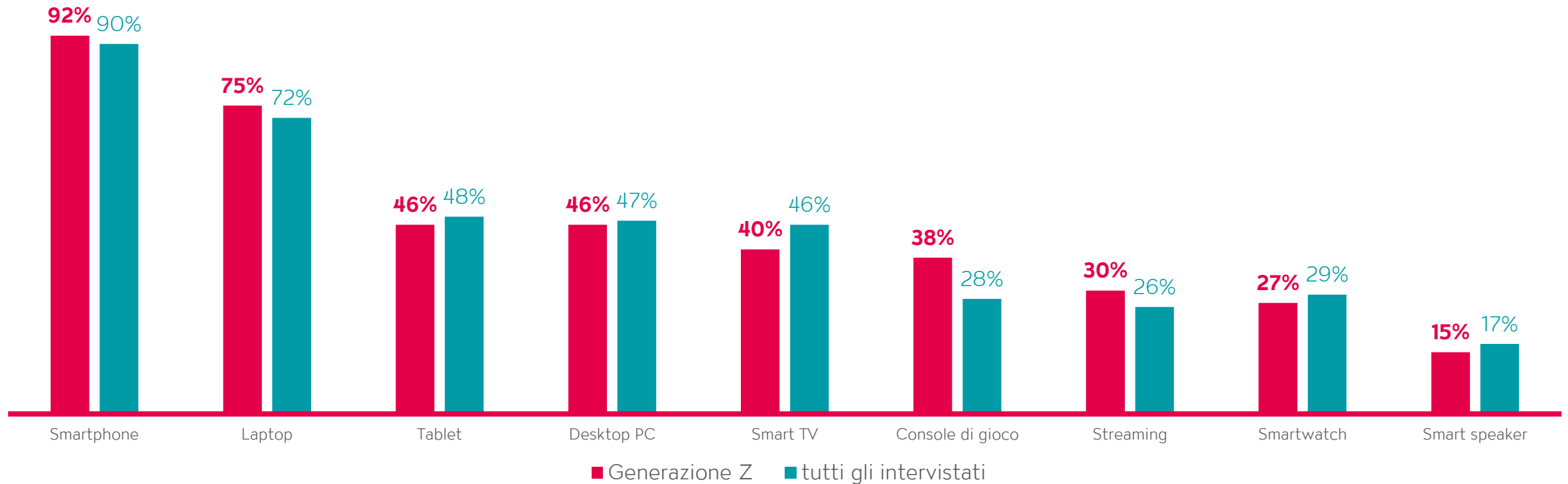


Fonte: Statista Consumer Insights Global, gennaio 2024
Gen Z / Generazione Z : n=1828
Tutti gli intervistati: n= 9.224
CH totale, sono possibili più menzioni

La generazione Z ha più videogiocatori

Ma le smart TV sono meno accese.

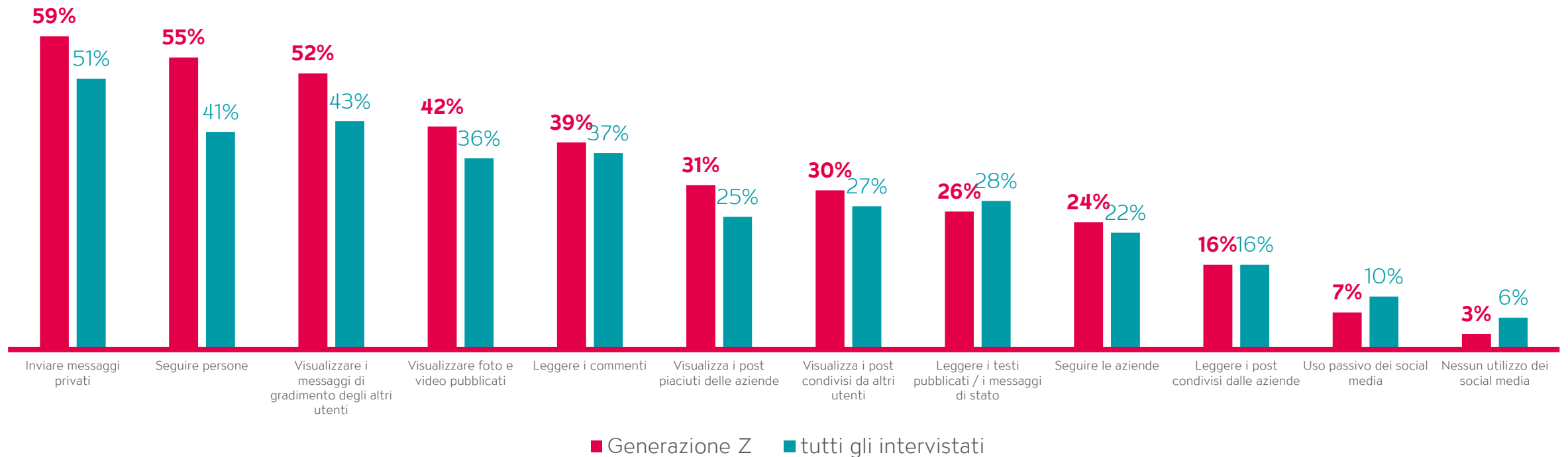
Dispositivi con cui i consumatori accedono regolarmente a Internet in Svizzera



Fonte: Statista Consumer Insights Global, gennaio 2024
Gen Z / Generazione Z : n=1'828
Tutti gli intervistati: n= 9.224
CH totale, sono possibili più menzioni

Una buona parte della Generazione Z utilizza i social media in modo passivo

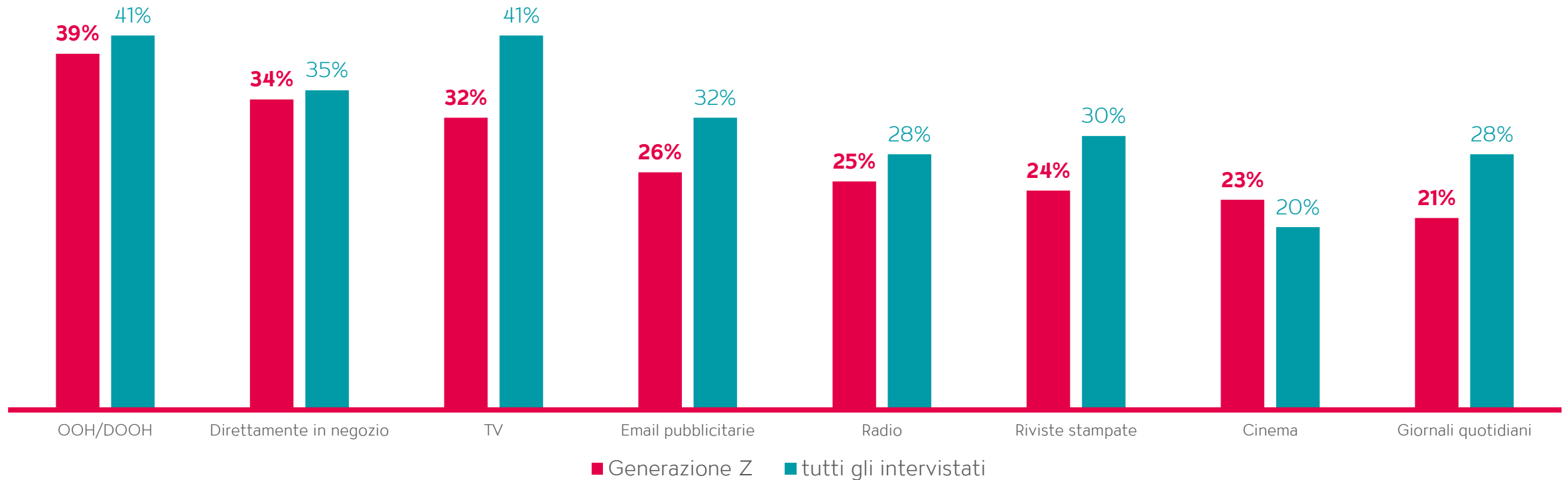
Uso e attività dei social media



Fonte: Statista Consumer Insights Global, gennaio 2024
Gen Z / Generazione Z : n=1'828
Tutti gli intervistati: n= 9.224
CH totale, sono possibili più menzioni

La TV sul podio per i giovani

Touchpoints con la pubblicità non digitale nelle ultime 4 settimane



Fonte: Statista Consumer Insights Global, gennaio 2024
Gen Z / Generazione Z : n=1828
Tutti gli intervistati: n= 9.224
CH totale, sono possibili più menzioni

Grazie mille.

Samuel Fahrni

Research Specialist

E-Mail: samuel.fahrni@admeira.ch

Telefono: 058 909 97 23

Volete essere
sempre aggiornati?
Allora **iscrivetevi** alla
nostra newsletter!

Registratevi ora!

