

Informazione consapevole e orientamento nella società

Osservatorio Opinion
Leader 4 Future





IL PROGETTO

UNIVERSITÀ CATTOLICA del Sacro Cuore
 **ALMED**
ALTA SCUOLA IN MEDIA
COMUNICAZIONE E SPETTACOLO

CREDEM

BANCA

OPINION LEADER 4 FUTURE: 3 ANNI DI RISULTATI

- Opinion Leader 4 Future è un progetto nato nel 2020 dalla collaborazione tra **Credem** e **l'Università Cattolica** con l'intento di analizzare il ruolo degli opinion leader nel panorama informativo.
- Il successo di Opinion Leader 4 Future è frutto di una **sinergia tra il gruppo di ricerca dell'Alta Scuola in Media, Comunicazione e Spettacolo** e le **Media Relation di Credem** che hanno comunicato e diffuso i risultati e dato ampia visibilità all'intero progetto.

OPINION LEADER 4 FUTURE: I RISULTATI DI RICERCA

Il Progetto **Opinion Leader 4 Future** ha generato valore sia nell'ambito della ricerca, e segnatamente della conoscenza dei processi di costruzione dell'opinione, sia nell'ambito della terza missione e degli impatti sociali.

- **10** filoni di ricerca
- **45** tra esperti, ricercatori e professori universitari coinvolti
- **5** istituti di ricerca coinvolti
- **1** menzione in Senato
- **15** Workshop
- **1** advisory board permanente
- **oltre 5000** intervistati.

OPINION LEADER 4 FUTURE:

I NUMERI DELLA VISIBILITÀ E DELLA DIVULGAZIONE

Il Progetto Opinion Leader 4 Future ha goduto di ampia visibilità media:

- oltre **130 milioni di persone** potenzialmente raggiunte
- più di **400** articoli
- **29** comunicati stampa
- **350** post social
- **5** Newsletter tematiche
- **1** sito internet dedicato.

LA NASCITA DELL'OSSERVATORIO PERMANENTE



UNIVERSITÀ CATTOLICA del Sacro Cuore
 **ALMED**
ALTA SCUOLA IN MEDIA
COMUNICAZIONE E SPETTACOLO

CREDEM

BANCA

L'OSSERVATORIO

A fronte dei risultati raccolti, ALMED e il Gruppo Credito Emiliano hanno deciso di rafforzare la loro partnership **attraverso un osservatorio permanente.**

L'Osservatorio prosegue e rilancia il progetto triennale Opinion Leader 4 Future, conclusosi lo scorso dicembre, e si pone l'obiettivo di fornire saperi e strumenti al servizio di una **migliore e diffusa consapevolezza informativa.**

L'OBIETTIVO DELL'OSSERVATORIO

L'OSSERVATORIO SI OCCUPERA' DI INFORMAZIONE CONSAPEVOLE
E ORIENTAMENTO NELLA SOCIETÀ

- Le tattiche e strategie di informazione e networking messe in atto dai soggetti **per fronteggiare i cambiamenti e le problematiche del vivere quotidiano**
- Tra le aree di interesse: **salute, ambiente, educazione, innovazione tecnologica e coesione sociale**



I TEMI INFORMATIVI PIÙ RILEVANTI DI INIZIO 2023

FOCUS DI INDAGINE Bilendi

UNIVERSITÀ CATTOLICA del Sacro Cuore
 **ALMED**
ALTA SCUOLA IN MEDIA
COMUNICAZIONE E SPETTACOLO

CREDEM

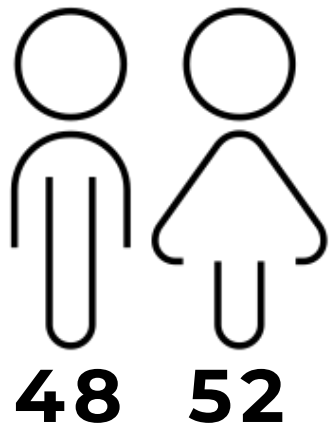
BANCA

IL CAMPIONE

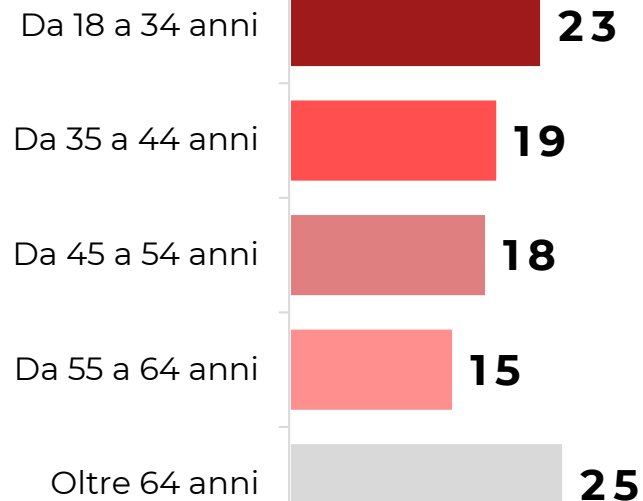
4693

interviste

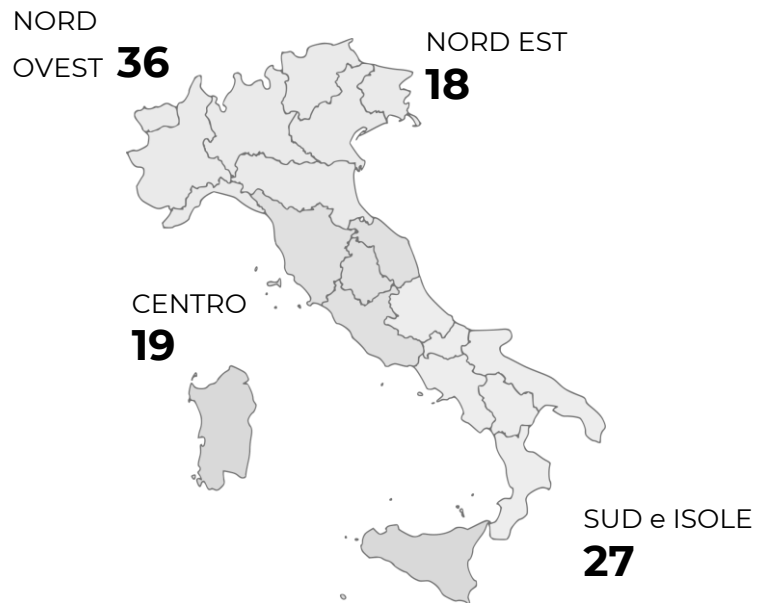
GENDER



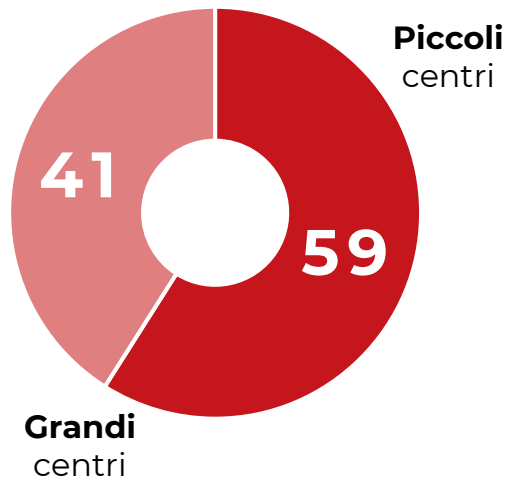
ETÀ



PROVENIENZA



DIMENSIONI CENTRO



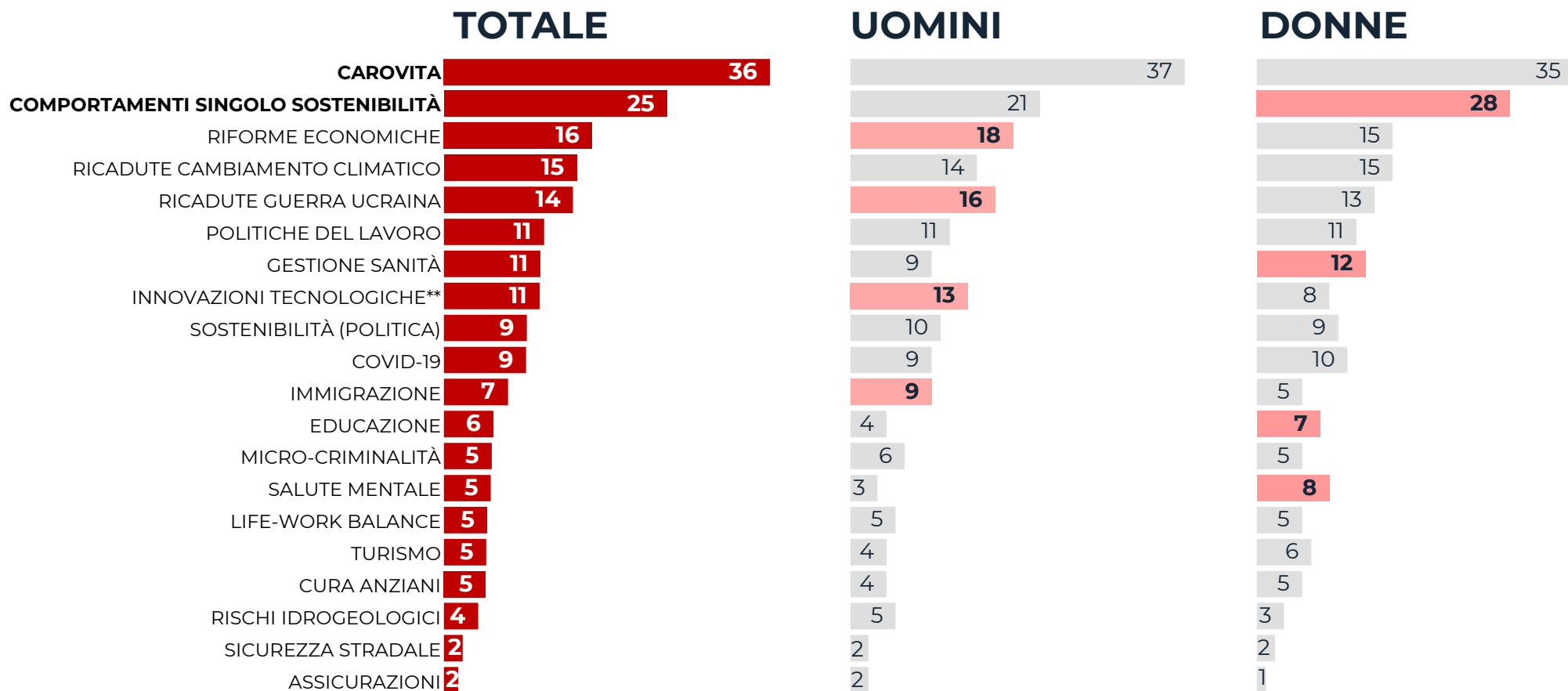
L'indagine è stata condotta dall'Istituto

Bilendi

TEMI RILEVANTI TOTALE vs GENERE

Il **carovita è indicato dal 36%** del campione come uno dei temi di maggiore interesse, **insieme ai comportamenti che il singolo deve mettere in atto per una maggiore attenzione alla sostenibilità (25%)**.

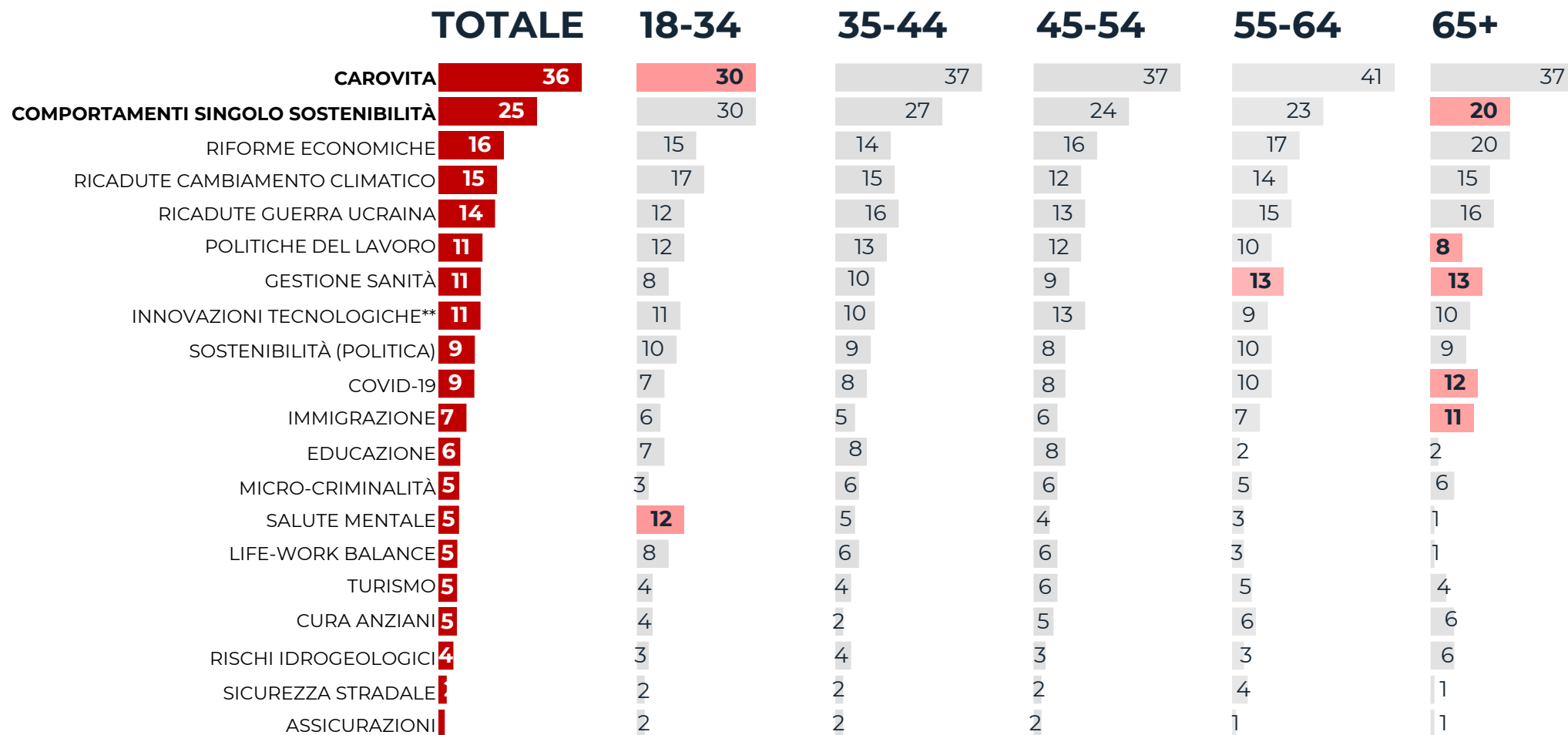
Contendono la terza posizione l'interesse per le riforme del nuovo governo, le ricadute quotidiane del cambiamento climatico e della guerra in Ucraina. Fra le donne si registra un maggiore interesse per il tema della sostenibilità (28%) e salute mentale (8%), fra gli uomini una maggiore attenzione alle innovazioni tecnologiche (13%).



DI SEGUITO TROVERAI UN ELENCO DI TEMI. TI CHIEDIAMO DI SCEGLIERE I 3 TEMI SU CUI VORRESTI INFORMARTI MAGGIORMENTE NEL CORSO DI QUESTO ANNO: **MAX 3 RISPOSTE**

TEMI RILEVANTI TOTALE vs ETÀ

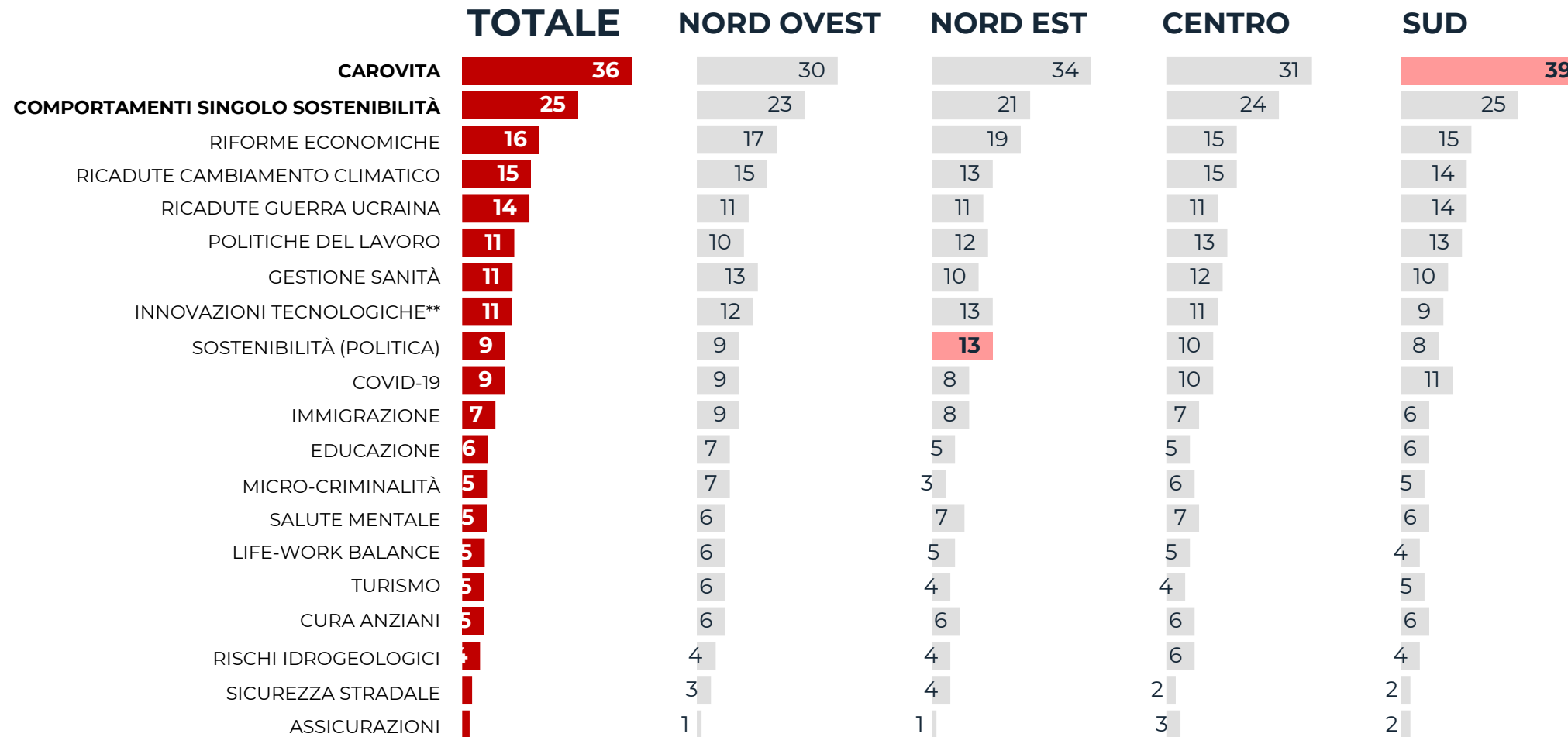
Fra i più giovani (18-34) si evidenzia una minore attenzione al carovita (30%: -6% rispetto al totale), ma una maggiore focalizzazione sulla **salute mentale** (12%: +7% rispetto al totale campione). Nelle fasce over 55 cresce l'interesse per il tema salute (intesa come gestione della cura e prevenzione personale: 13%), mentre l'attenzione ai comportamenti sostenibili si correla negativamente con l'età, con un drop al 20% nella fascia over 65 (-10% di quanto registrato fra i 18-34 anni).



DI SEGUITO TROVERAI UN ELENCO DI TEMI. TI CHIEDIAMO DI SCEGLIERE I 3 TEMI SU CUI VORRESTI INFORMARTI MAGGIORMENTE NEL CORSO DI QUESTO ANNO: **MAX 3 RISPOSTE**

TEMI RILEVANTI TOTALE vs AREA GEOGRAFICA

Nel Sud Italia vi è una maggiore **attenzione per il carovita**, mentre nel Nord Est per le politiche inerenti la sostenibilità.



DI SEGUITO TROVERAI UN ELENCO DI TEMI. TI CHIEDIAMO DI SCEGLIERE I 3 TEMI SU CUI VORRESTI INFORMARTI MAGGIORMENTE NEL CORSO DI QUESTO ANNO: **MAX 3 RISPOSTE**