

# THE VORTEX

SKILLING ME SOFTLY















# Dove si guarda video (e per quanto)

**TV vs Internet (tempo medio):** la TV resta il mezzo più “time-consuming” (~3h30 al giorno), ma tra 14–24 anni il tempo online (~3h30) supera la TV; per gli over 65 la TV arriva a ~5h/giorno.

**VOD a pagamento (Netflix, Prime Video, ecc.):** nel 2025 oltre 41 milioni di ore di navigazione medie (+9,5% media 2024). Netflix e Prime guidano il tempo speso.

**Schermo usato:** il TV screen pesa il 68% del tempo di visione 18+, ma scende al 41% tra i 18–24 (più “small screen”); sale al 75% tra i 45+. In Italia 20,7 milioni di TV connesse.

**Tempo online & social:** ~5h39 al giorno online in Italia (2025), con 1h48 sui social; TikTok è ancora l'app dove si resta più a lungo.



# Differenze per fasce di età

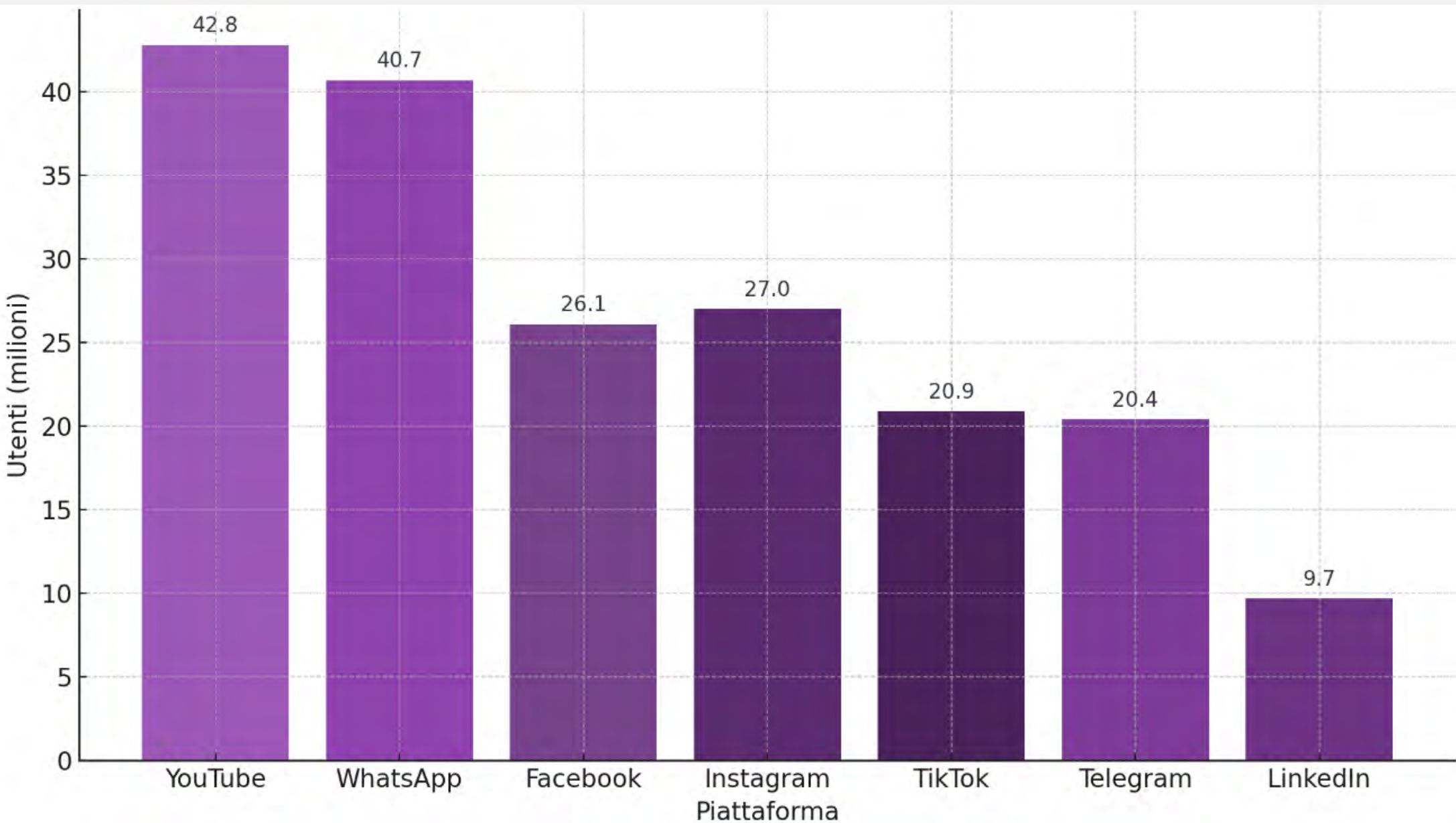
## Gen Z (14–24)

- **Dove:** mobile-first; YouTube + TikTok + IG Reels.
- **Pattern:** online > TV nel giorno medio; preferenza per **video brevi** e live.
- **Formati vincenti:** short-form vertical (6–30s), creator-led, challenge/UGC, musica; serie di episodi brevi che portano a long-form su YouTube/CTV.





# Utenti attivi



# Il primato italiano

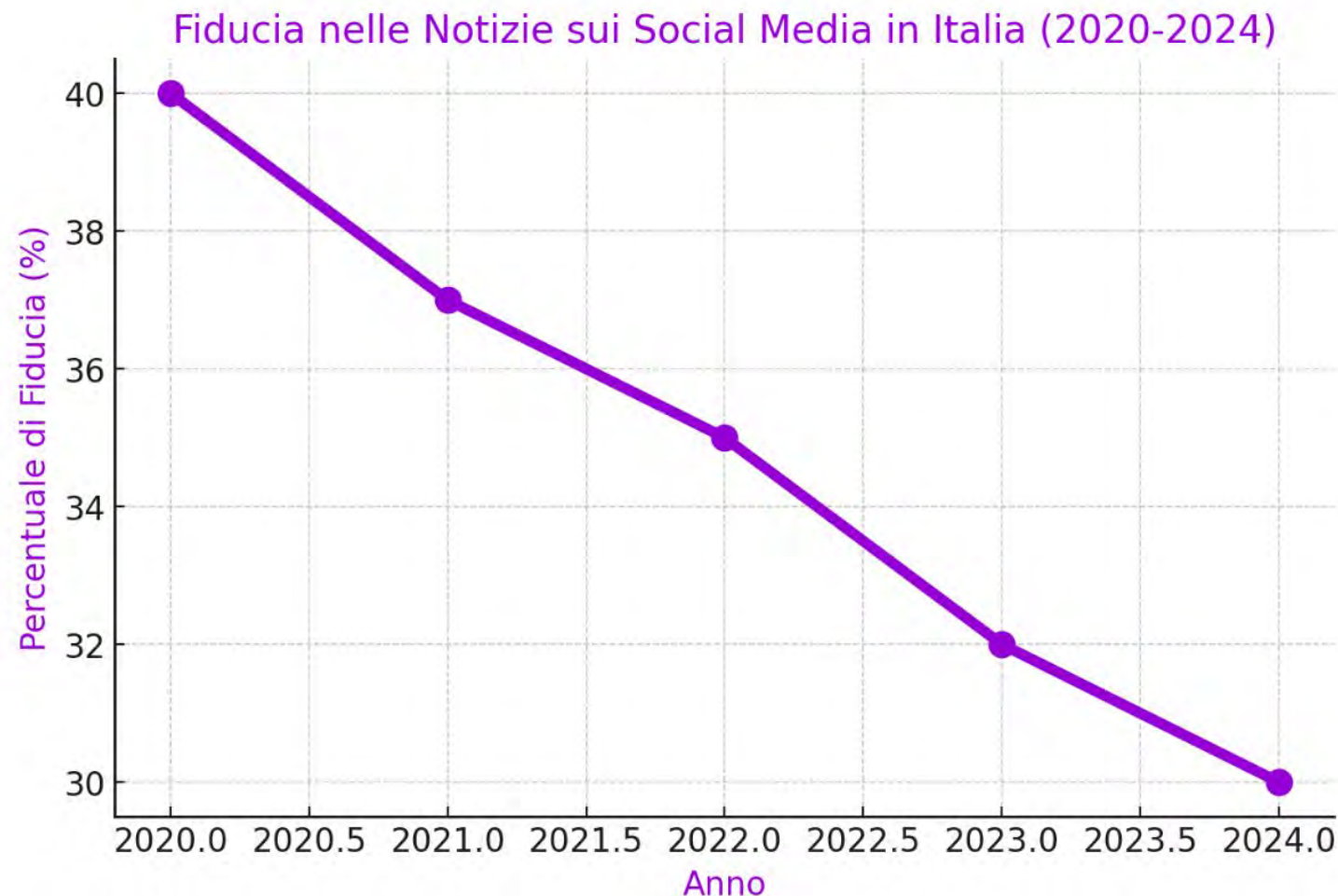
## Post rimossi per le fake news da Facebook nell'Ue





# La fiducia nei social

La fiducia degli italiani nelle notizie che leggono sui social network è in costante declino. Secondo il **Digital News Report Italia 2024**, solo circa il 30-33% degli italiani dichiara di fidarsi delle notizie che trova sui social media.



# Il valore sta nel pari (non nell'influencer)

- I contenuti “tra pari” entrano nelle conversazioni quotidiane e abbassano le barriere di accesso.
- Quando l'uso è orientato agli altri (supporto/interazione), cresce la soddisfazione nella relazione di amicizia.

## Four Friend Types That Influence Purchase Decisions

23%

of people say  
**non-friends**  
**(brands, media)**  
are influential over  
purchase decisions

31%

of people say  
**influencers &**  
**celebrities**  
are influential over  
purchase decisions

39%

of people say  
**distant friends**  
are influential over  
purchase decisions

86%

of people say  
**close friends**  
are influential over  
purchase decisions

- Serve una regia: peer + supervisione professionale, credibilità e sicurezza.

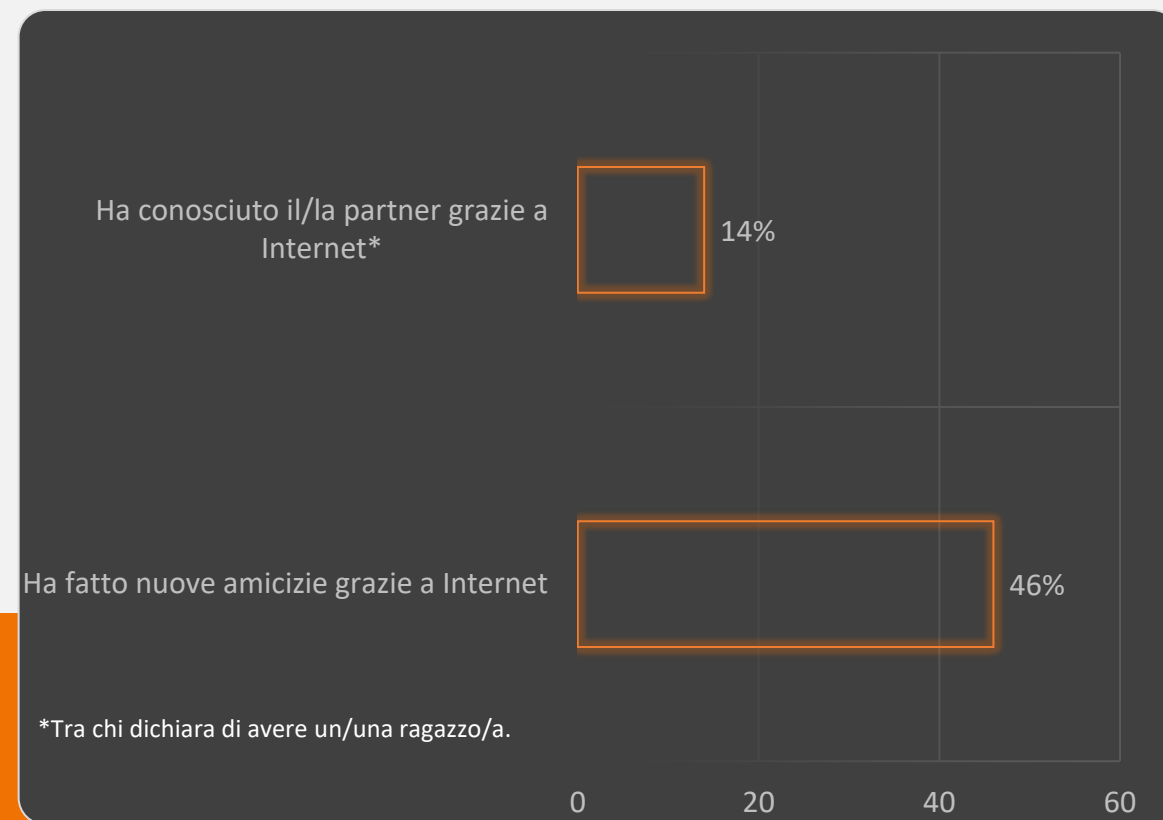


Secondo ISTAT, Internet viene percepito anche come spazio per allargare la rete sociale: molti ragazzi dicono che li ha aiutati a fare nuove amicizie.

Questo è coerente con l'idea che la comunicazione tra pari online faciliti:

- scoperta di interessi condivisi
- contatti “deboli” che possono diventare amicizie
- continuità della relazione (anche quando non ci si vede).

## Indicatori “relazionali” (quota %)



L'evoluzione dei video verticali non rappresenta solo un cambio estetico, ma una vera **discontinuità strategica** nel modo in cui i contenuti vengono percepiti e distribuiti.

- **Tempo medio per video:** TikTok registra un engagement medio del 13% superiore rispetto ad altri formati video orizzontali (Fonte: Hootsuite Report 2024).
- **Tendenza di consumo:** l'**80% delle visualizzazioni totali sui social** avviene in modalità verticale.

La transizione verso contenuti "native mobile" non è opzionale ma imprescindibile, con un impatto diretto sulle strategie di content design e sugli algoritmi delle piattaforme.



La verticalità implica una ridefinizione delle **regole estetiche e tecniche**:

- **Composizione visiva:** Gli oggetti e i soggetti principali devono occupare il **centro della cornice**, dove l'attenzione è massima.

- **Durata ottimale:**

- TikTok: 15-60 secondi.
- Reels e Shorts: massimo impatto nei primi **3 secondi**.

- **Strumenti emergenti:**

- Editing avanzato in-app (TikTok CapCut domina il settore con il 70% di share tra i creator).
- Filtri AR/VR che trasformano lo storytelling in **esperienze interattive**.

# L'informazione verticale



la.repubblica

Segui Messaggio

61 Seguiti 828K Follower 85.5M Mi piace

Tutto quello che succede (e vi riguarda)

www.repubblica.it

Video

Repost

Hal messo Mi piace

Più recenti

Popolari

Meno recenti



13:14

la.repubblica



lica



2503



2819



4497



3565



2871



2015



1.1K



1940



1451



6955



2325



1991



1831

2325

3149

415,2K

Mi piace



e (e vi riguarda)

1'

blica.it



LE NUOVE REGOLE PER ANDARE IN DISCOTECA

1721

IL GREEN PASS OBBLIGATORIO PER I LAVORATORI



## **Social media doctor** | Il fenomeno dei medici influencer che sta rivoluzionando Instagram

**Lk**

di Simona Vanni

Dall'urologo che spiega la disfunzione erettile nelle sue IG stories al concorrente di reality show e chirurgo plastico Giacomo Urtis, sempre più professionisti sanitari si sono lanciati nella carriera social. Perché? Per esserci, soprattutto. E, a volte, per interagire con potenziali pazienti

**Europea**

il quotidiano sull'Unione europea

**Gastronomika**



il quotidiano sulla cultura del cibo



## Instagram

- Home
- Cerca
- Esplora
- Reels
- Messaggi
- Notifiche
- Crea
- Profilo
- Altro



lastefiandreoli  [Segui](#) [Messaggio](#)  

5790 post    551.000 follower    1740 seguiti

**Stefania Andreoli**  
Psicoterapeuta  
Una sommessa proposta: facciamocela.  
[isa@isaarrigoni.it](mailto:isa@isaarrigoni.it)

Account seguito da [daniele.girgenti.7](#), [carlameda](#) + altri 22



Tananai



Sis&bro



Università (?)



Lo faccio x me



Sguardi



Baci



TiDicoUnaCosa



Instagram

- Home
- Cerca
- Esplora
- Reels
- Messaggi
- Notifiche
- Crea
- Profilo
- Altro



heimi.saluteeprevenzione

Segui

Messaggio



1042 post

1,2 Mln follower

31 seguiti

Heimi

K, J, P, V e Z

Esperti della salute e prevenzione

Creiamo qualità di vita, ma prima seguici!

contattaci@heimicoop.... altro

www.heimicoop.it

Account seguito da monicagaristo, carlameda + altri 18



Bloopers 2.0



Bloopers



Sui social la salute mentale è fortissima: tag come #SelfLove (~30B views), #MentalHealthAwareness (~25B), #TherapyTok (~4B) spingono i contenuti “educational + empatici”.

Lato safety/brand suitability: TikTok ha bannato #SkinnyTok per ridurre i contenuti dannosi su peso/diete estreme — utile da sapere per presidiare correttamente i tag.





Instagram



Home



Cerca



Esplora



Reels



Messaggi



Notifiche



Crea



Profilo



Altro



yuri.borgatti



Segui

Messaggio



245 post

861 follower

77 seguiti

Yuri Borgatti | Smettere di Fumare

@yuri.borgatti

Ti insegno a smettere di fumare definitivamente



Founder L'Ultimo Tiro: il primo percorso creato per i fumatori, da un... altro

[ultimotiro.com](https://ultimotiro.com)



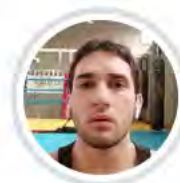
Testimonianze



Supporto



Abitudini

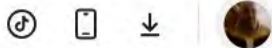




Ispirazione






**yuriborgattiofficial** Yuri Borgatti



**Segui** **Messaggio**  

**1389** Seguiti **20.2K** Follower **356.8K** Mi piace

 Inizia a smettere di fumare gratuitamente con il percorso L'Ultimo Tiro 

 [lultimotiro.com](https://lultimotiro.com)

 Video

 Hai messo Mi piace

Più recenti

Popolari

Meno recenti

Playlist



**Verità sul Fumo**

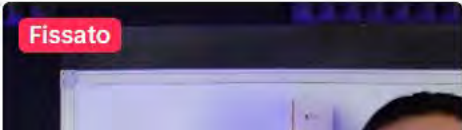
14 post



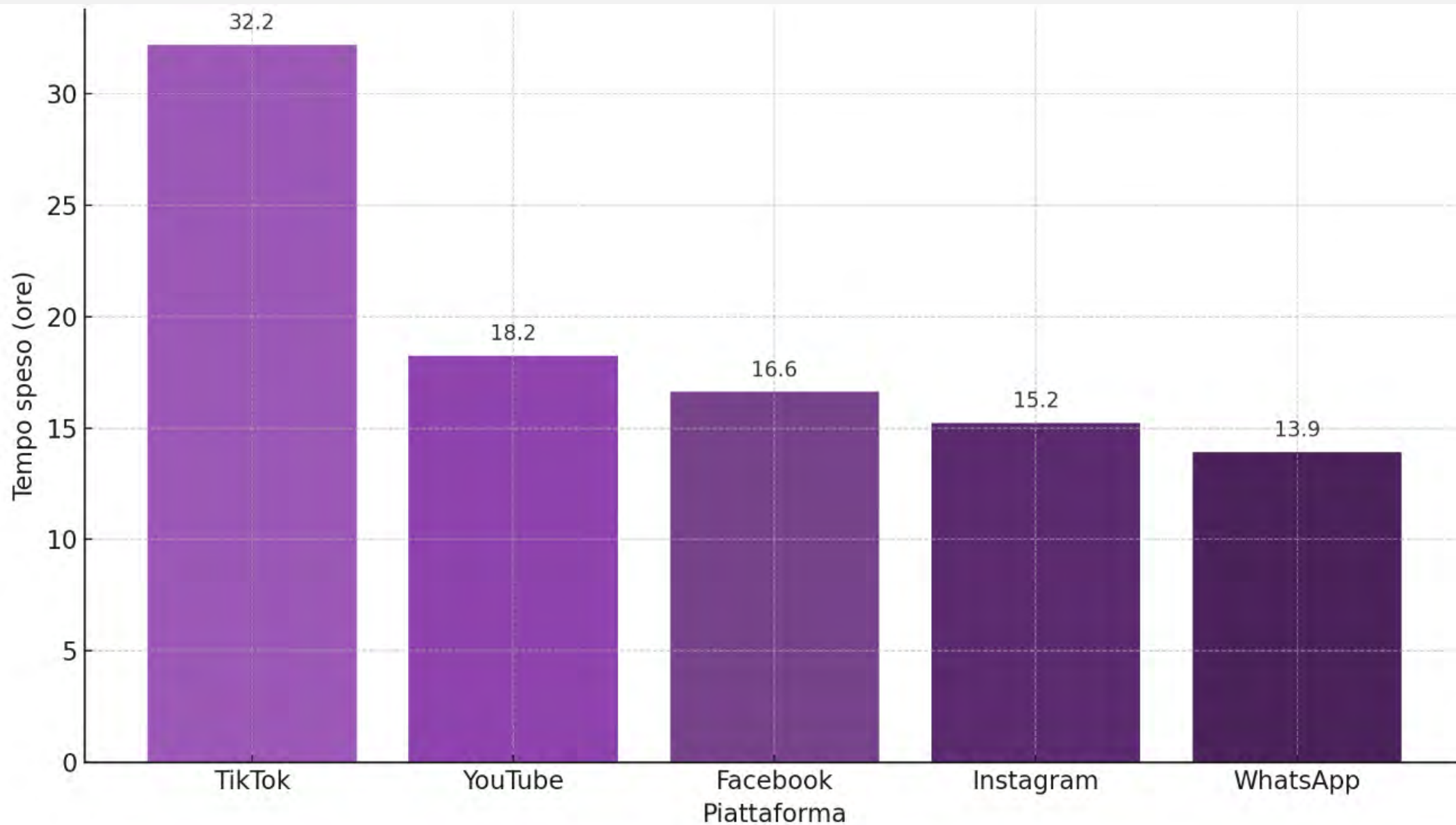
**Inizia da qui**

4 post

Video



# Tempo speso mensile





THERE IS NO MORE

**B2B** OR **B2C**

IT'S **H2H:**

HUMAN **TO** HUMAN

**Più tecnologia mettiamo  
nella relazione con il pubblico,  
più il fattore umano  
diventa importante.**

 **socialmedia**

# Grazie

Paolo Guaitani  
Partner e Formatore  
[paologuaitani@thevortex.it](mailto:paologuaitani@thevortex.it)  
[www.thevortex.it](http://www.thevortex.it)