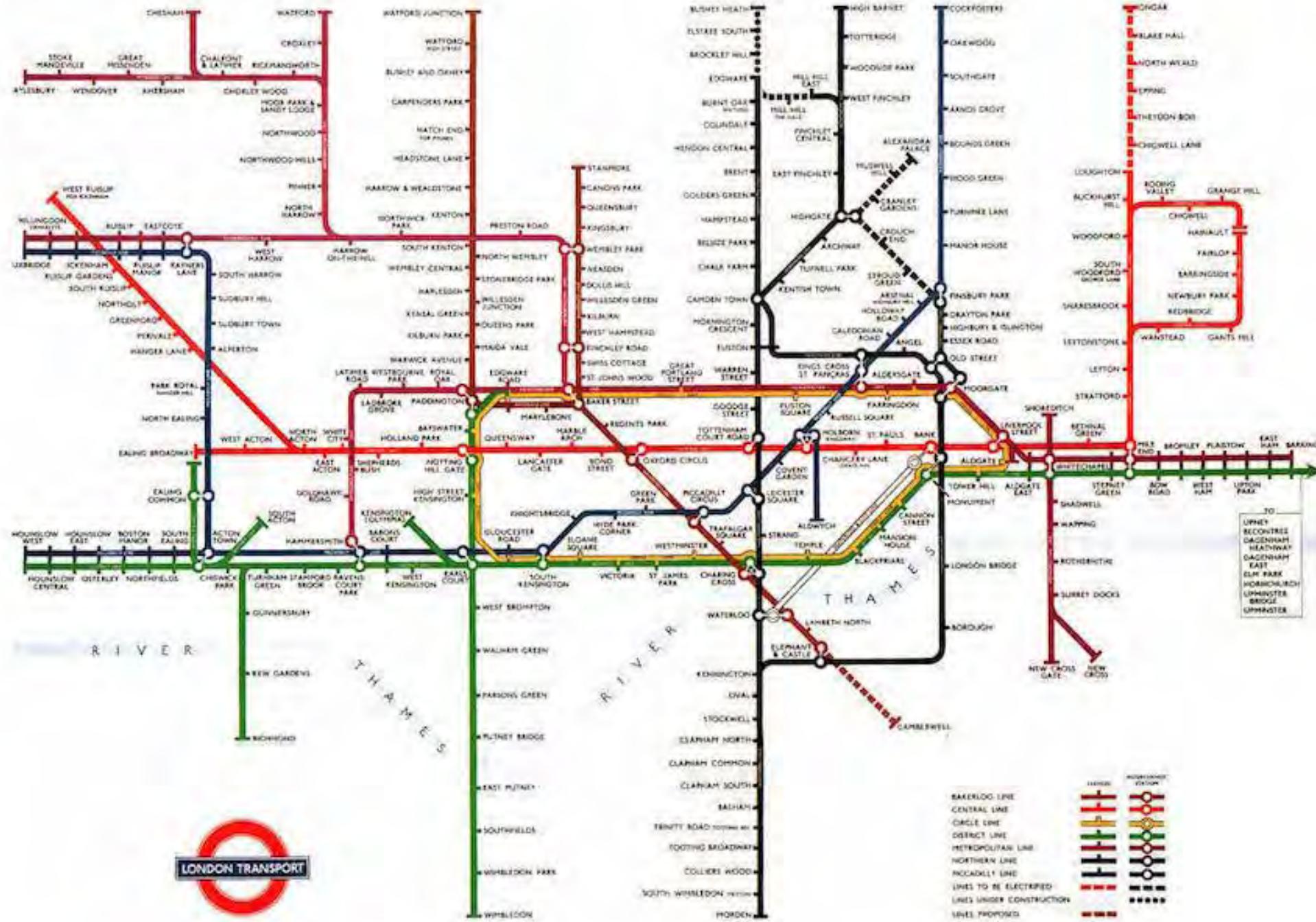


# THE VORTEX



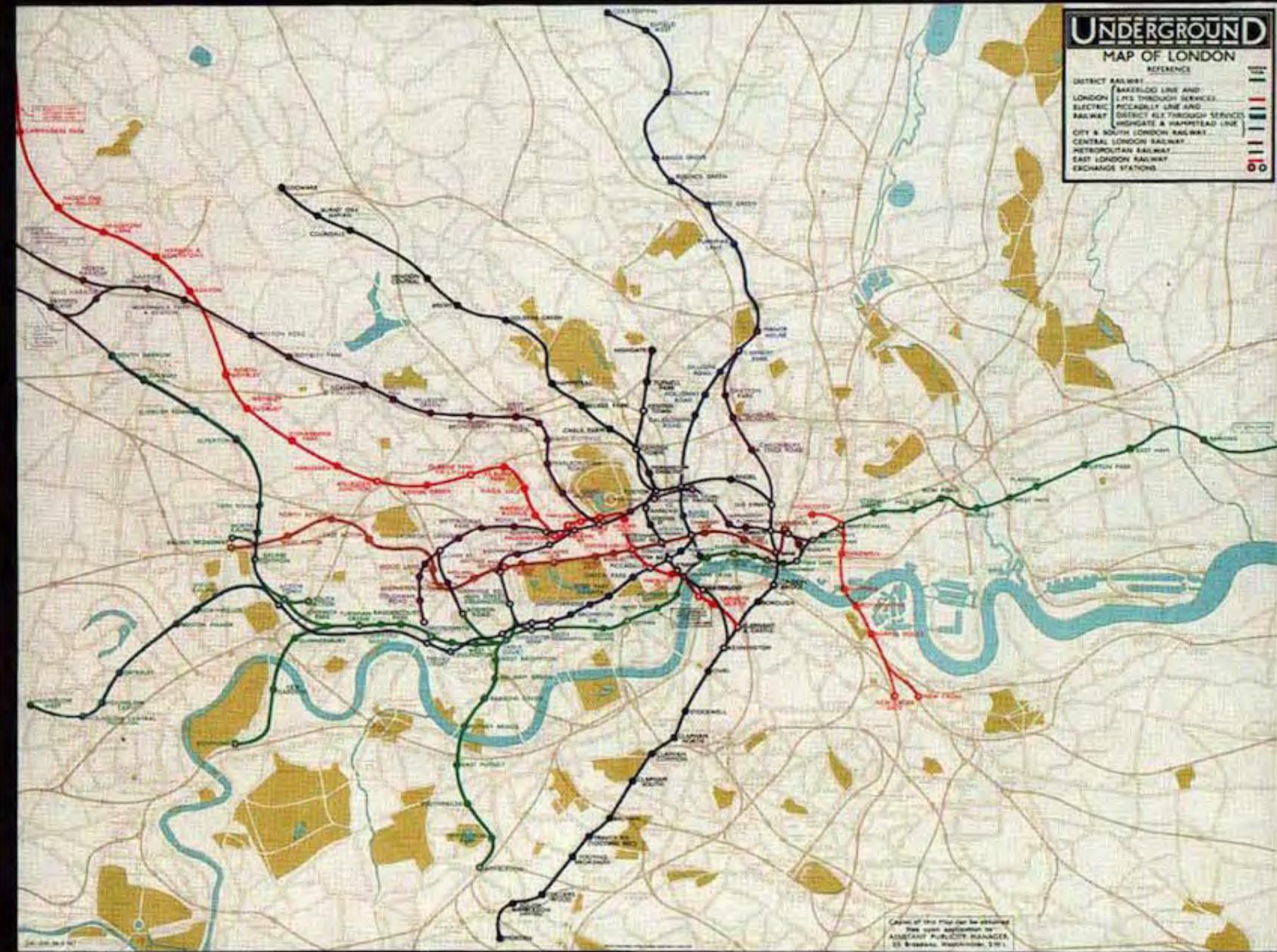
## SKILLING ME SOFTLY





**UNDERGROUND**  
MAP OF LONDON  
REFERENCE

DISTRICT RAILWAY  
BAKERLOO LINE AND  
LONDON ELECTRIC  
PICKADELLY LINE AND  
RAILWAY  
DISTRICT LINE THROUGH SERVICES  
HIGHGATE & HAMPSTEAD LINE  
CITY & SOUTH LONDON RAILWAY  
CENTRAL CORD RAILWAY  
SUBURBAN RAILWAY  
EAST LONDON RAILWAY  
EXCHANGE STATIONS







**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

THE VORTEX

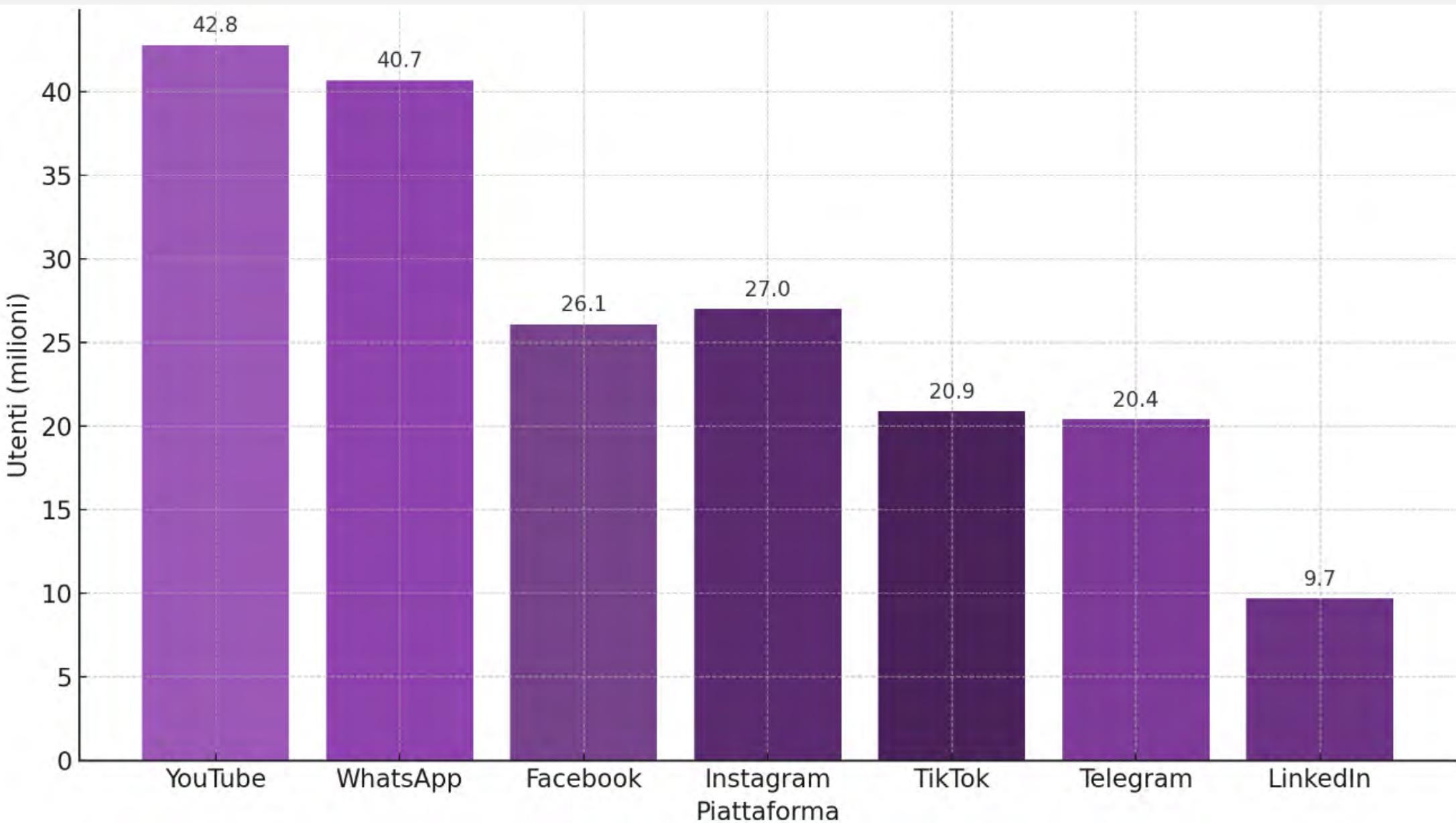
## Gen Z (14–24)

- **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

THE VORTEX



Fonte we are social

# Il primato italiano

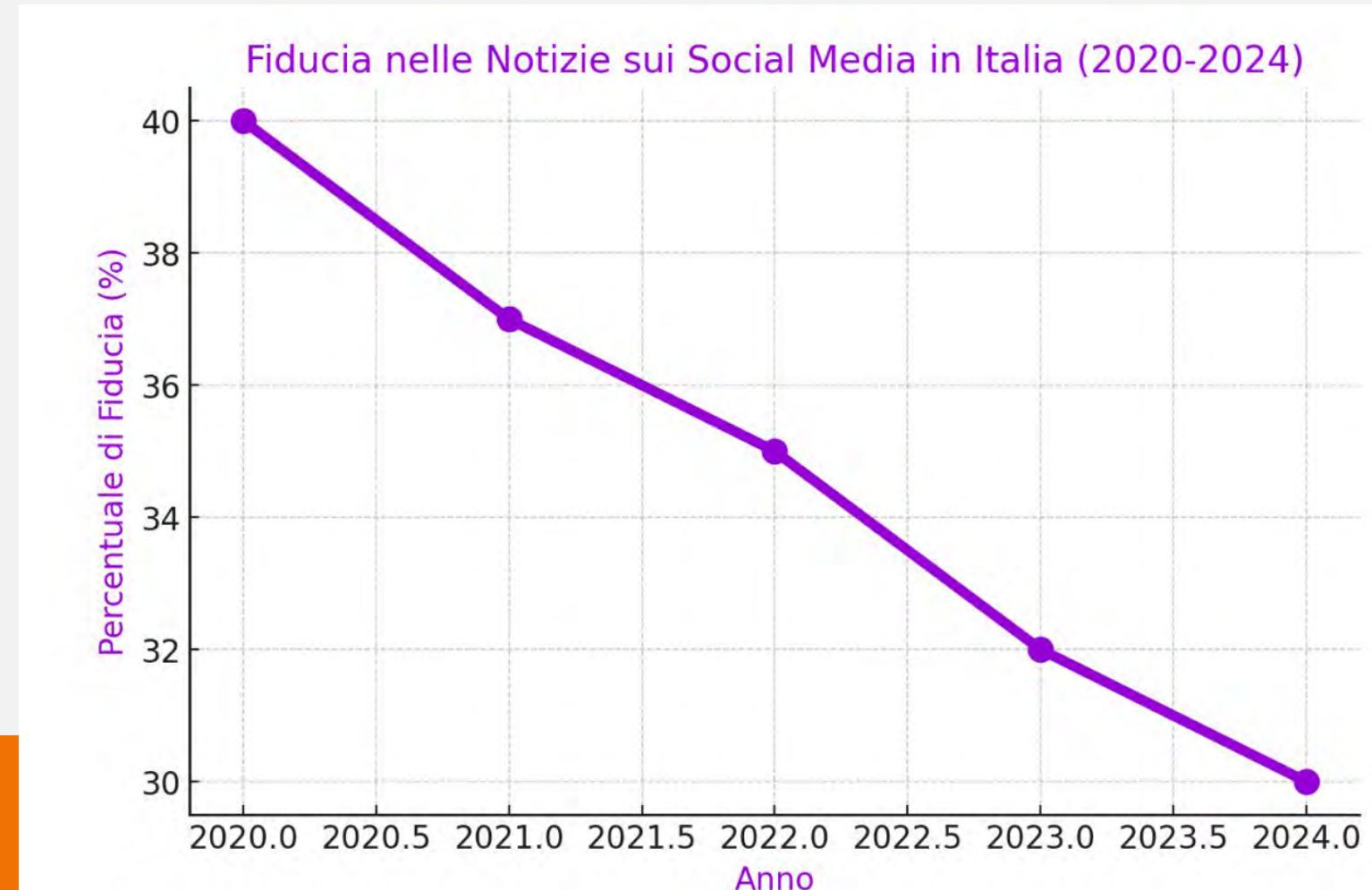
## Post rimossi per le fake news da Facebook nell'Ue



# La fiducia nei social

THE VORTEX

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)

THE VORTEX

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

## 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



# Internet amplia la rete: nuove amicizie e legami

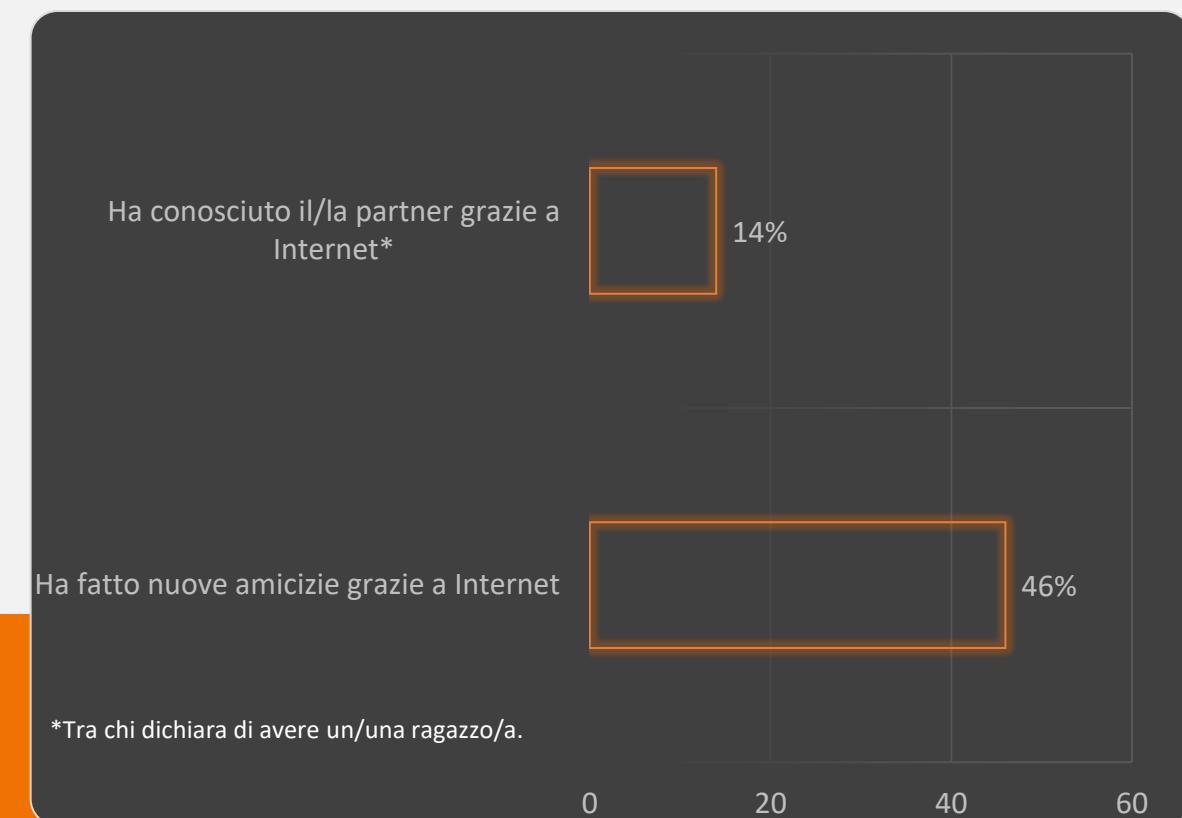
THE VORTEX

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 la.repubblica

Segui Messaggio ...

61 Seguiti 828K Follower 85.5M Mi piace

Tutto quello che succede (e vi riguarda)

[www.repubblica.it](http://www.repubblica.it)

III Video

t Repost

Hai messo Mi piace

Più recenti Popolari Meno recenti



13:14



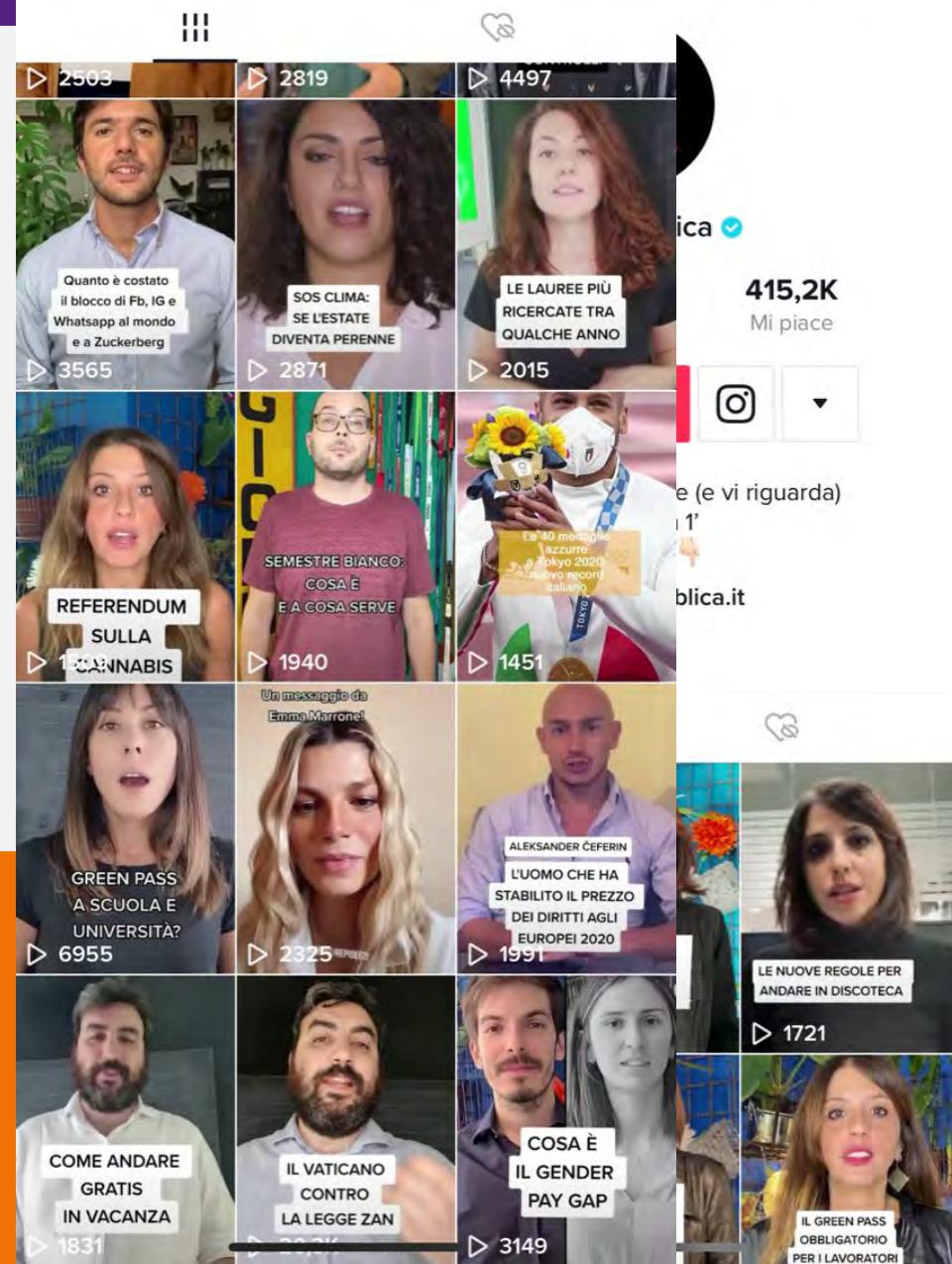
la.repubblica



... ica



... ica



## 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

# La nuova tendenza

THE VORTEX

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

Account seguito da **daniele.girgenti.7, carlamedea + altri 22**



Tananai



Sis&bro



Università (?)



Lo faccio x me



Sguardi



Baci



TiDicoUnaCosa



STEFANIA ANDREOLI

# La nuova tendenza

THE VORTEX

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](http://www.heimicoop.it)

Account seguito da [monicagaristo](#), [carlamedea](#) + altri 18



Bloopers 2.0

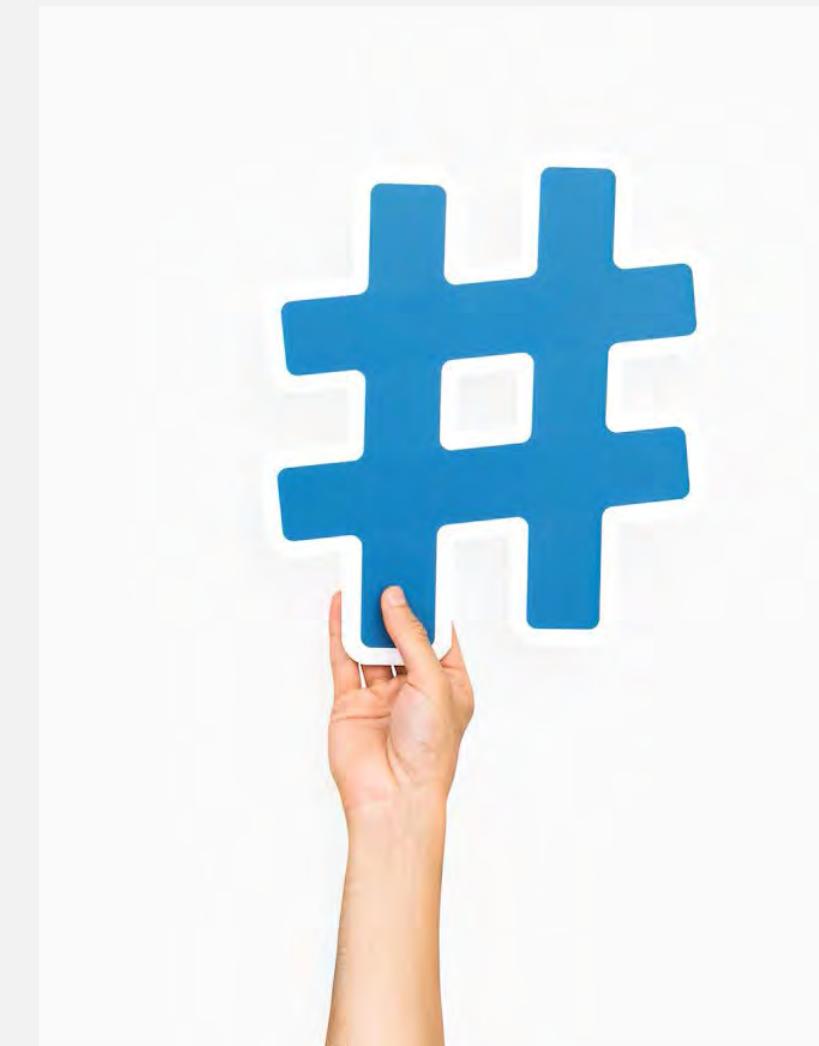


Bloopers



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.



# Tik Tok il nuovo canale

THE VORTEX

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 inseguo a smettere di fumare definitivamente



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

[lultimotiro.com](http://lultimotiro.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 [Dettagli](#)

⌚ [lultimotiro.com](#)

III Video 🌟 Hai messo Mi piace

Più recenti Popolari Meno recenti

Playlist



**Verità sul Fumo**  
14 post



**Inizia da qui**  
4 post

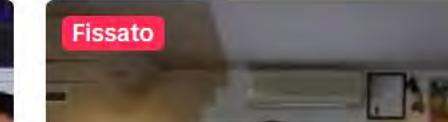
Video



Fissato L'ULTIMO TIRO



Fissato



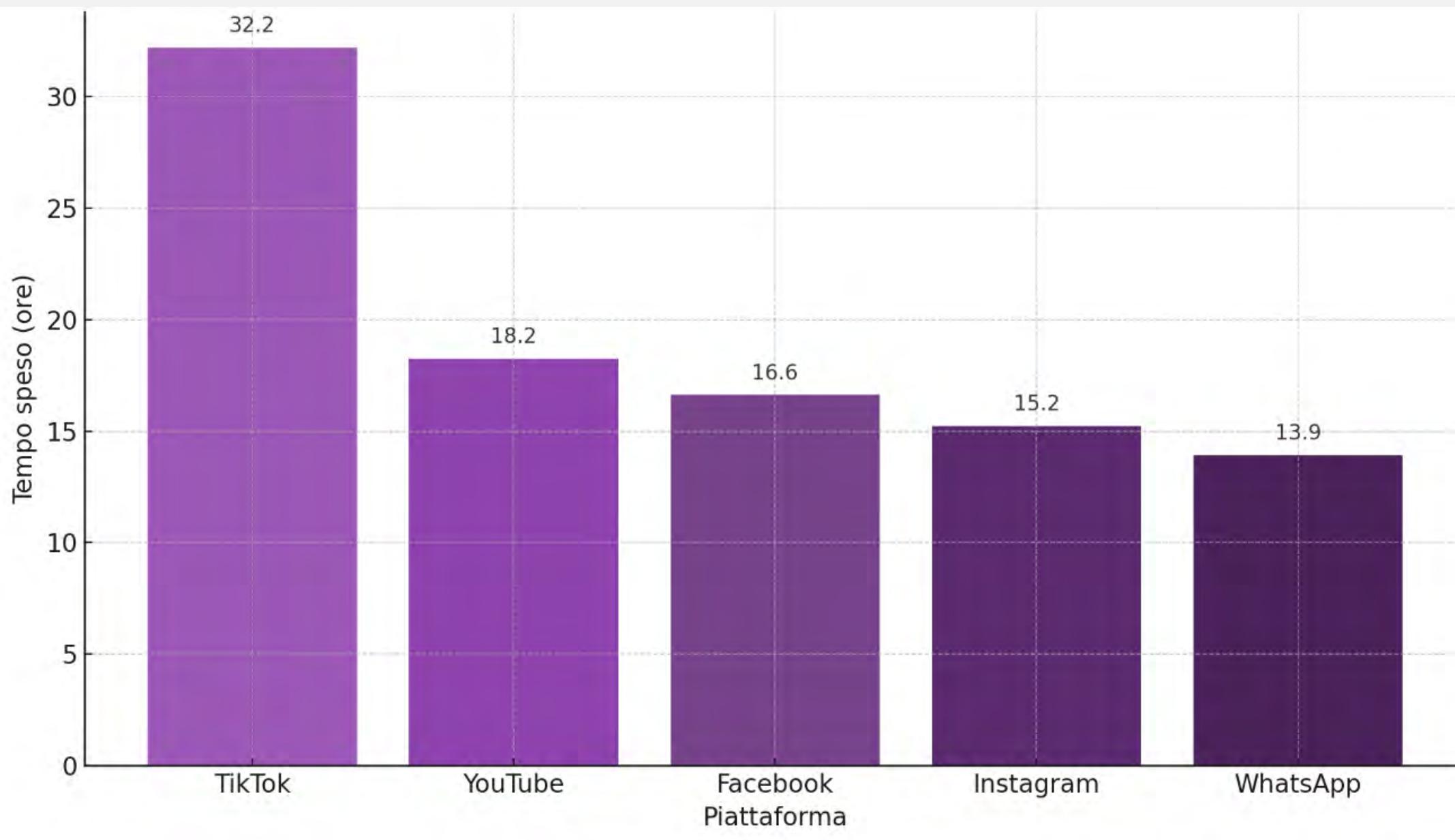
Fissato



Fissato

# Tempo speso mensile

THE VORTEX



Fonte we are social

**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

**THE VORTEX**  
SKILLING ME SOFTLY

# Grazie

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