
Università Cattolica: Opinion leader 4 future, nasce l'Osservatorio di Almed e Credem

Tre anni di attività, dieci filoni di ricerca, 45 tra esperti, ricercatori e professori universitari coinvolti, 350 post social, 5.000 intervistati, creazione di una community e oltre 120 milioni di persone potenzialmente raggiunte. Rileggere e interpretare il vasto panorama informativo nazionale e internazionale alla luce di diversi fattori: le differenze generazionali, la nuova esigenza delle persone di essere guidate per comprendere le complessità della società e l'importante ruolo e responsabilità dei leader d'opinione che forniscono contenuti informativi capaci di orientare consapevolmente le persone. Questi sono i risultati raggiunti e le evidenze rilevate dal 2020 ad oggi dal progetto "Opinion Leader 4 Future", iniziativa lanciata dalle media relations di Credem, tra i principali gruppi bancari nazionali e tra i più solidi a livello europeo, e Almed, Alta Scuola in Media, comunicazione e spettacolo dell'Università Cattolica. Alla luce del vasto dibattito pubblico suscitato e l'interesse generato dall'iniziativa, dal 1° marzo 2023 prenderà l'avvio l'Osservatorio Opinion Leader 4 Future – Credem e Università Cattolica che di fatto erediterà e svilupperà il lavoro svolto da Opinion Leader 4 Future e che vedrà una rinnovata collaborazione tra le due istituzioni. Dai dati rilevati dalle ultime analisi del progetto è emerso che il carovita è stato indicato dal 36% del campione come uno dei temi di maggiore interesse, insieme ai comportamenti che il singolo deve mettere in atto per raggiungere gli obiettivi di 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 è più rilevante il tema della sostenibilità (28%) e salute mentale (8%), mentre fra gli uomini si registra una maggiore attenzione alle innovazioni tecnologiche (13%). Guardando la variabile d'età si nota invece nella fascia 15-35 anni 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).

Filippo Passantino