

Una nuova visione sui Millennial

La generazione tra i 25 e 40 anni

Uno studio per ripensare ad una generazione spesso incompresa, che attraversa un periodo di forte trasformazione.

Analizziamo una serie di miti sui Millennial da sfatare o reinterpretare.



In poche parole

Sono cresciuti in periodi di espansione tecnologica, di boom e di crisi economica, di regolamentazioni e responsabilità sociale, di ritardo nelle varie fasi di vita. Si preoccupano per la propria salute, benessere e stabilità finanziaria, per il cambiamento climatico. Sono orientati all'apprendimento, ai propri obiettivi e alle attività destinate al proprio miglioramento, alla scoperta di sé e alla creatività.

Caratteristiche comuni

- Preoccupati
- Impazienti
- Orientati verso avventure ed opportunità
- Avversi al rischio
- Alla ricerca di stabilità, tra caos e crisi

Mito vs Realtà

Mito #1: i Millennial sono un gruppo omogeneo

Realtà: sono una generazione incredibilmente diversificata, che ha bisogno di essere compresa meglio, anche in termini di marketing

C'è una tendenza a vedere i Millennial come un gruppo omogeneo, con interessi comuni, caratteristiche condivise, bisogni e comportamenti simili. Tuttavia, la realtà demografica mostra come i Millennial con e senza figli si muovono in contesti radicalmente diversi.



MILLENNIAL CON FIGLI

→ 32-40 anni







Reddito: fase di mezza età

Motivazioni: pianificazione del futuro della propria famiglia (finanze, salute, istruzione...)

Aspettative: prodotti e servizi di alta qualità

Cambiamenti a seguito del COVID-19:

La mobilità nel 2021:

-  15% possiede un veicolo elettrico o ibrido
-  37% ha utilizzato bici o scooter in sharing
-  47% ha utilizzato app per chiamare taxi in stile Uber
-  50% utilizza più spesso la propria auto
-  45% cammina di più
-  44% utilizza meno spesso il trasporto pubblico

La casa nel 2021:

- 73% lavora da casa
- 71% ha fatto qualche ristrutturazione in casa
- 61% ha riadattato al nuovo contesto alcune zone della propria casa (per esempio ha creato un'area fitness, area relax, uno spazio per il lavoro...)

Salute e benessere nel 2021:

- 27% ha usufruito di un teleconsulto a partire dall'inizio della pandemia
- 23% ha svolto una sessione di terapia online a partire dall'inizio della pandemia

VS

MILLENNIAL SENZA FIGLI



→ 25-31 anni







Reddito: primi passi nella vita lavorativa

Motivazioni: concentrati sul proprio sviluppo personale e professionale a breve termine

Preoccupazioni: conoscere ed essere al passo con le innovazioni e trend

Cambiamenti a seguito del COVID-19:

La mobilità nel 2021:

-  6% possiede un veicolo elettrico o ibrido
-  23% ha utilizzato bici o scooter in sharing
-  33% ha utilizzato app per chiamare taxi in stile Uber
-  35% utilizza più spesso la propria auto
-  46% cammina di più
-  39% utilizza meno spesso il trasporto pubblico

La casa nel 2021:

- 54% lavora da casa
- 62% ha fatto qualche ristrutturazione in casa
- 48% ha riadattato al nuovo contesto alcune zone della propria casa (per esempio ha creato un'area fitness, area relax, uno spazio per il lavoro...)

Salute e benessere nel 2021:

- 13% ha usufruito di un teleconsulto a partire dall'inizio della pandemia
- 11% ha svolto una sessione di terapia online a partire dall'inizio della pandemia

Database proprietario Customer Lab: Messico, Thailandia, Singapore, Austria, Svizzera

Mito #2: i Millennial sono ottimisti e fautori del proprio futuro

Realtà: sono realisti, preoccupati per la propria salute e benessere

I Millennial hanno attraversato due crisi globali (il crollo finanziario del 2008 e la pandemia da COVID-19) in poco più di un decennio, molti sono preoccupati per la propria salute e benessere (sia fisico che mentale).

I loro stessi genitori si avviano sempre più verso un'età avanzata e ciò li rende consapevoli del bisogno di cure per i familiari più anziani.

“

Il **63%** dei Millennial desidera assumere un ruolo più attivo nella gestione della propria salute e benessere



“

Il **46%** dei Millennial con figli necessitano di cure o assistenza medica a casa per un membro della famiglia



Mito #3: i Millennial sono una generazione irrequieta, in continua evoluzione

Reality: si stanno assestando, assumendo comportamenti e stili della mezza età

La combinazione tra il passare degli anni, le nuove responsabilità e la pandemia, hanno portato i millennial a riflettere sul mettere radici.

Sono anche molto fedeli ai brand, quando questi mantengono le loro promesse e forniscono servizi e prodotti adatti alle loro aspettative.



“

Il **64%** dei Millennial con figli sono fedeli alle loro compagnie assicurative (rispetto al 47% dei Millennial senza figli)

Mito #4: i Millennial sono narcisisti ed egocentrici

Realtà: sono la generazione più impegnata nei processi di cambiamento sociale e ambientali

Spesso considerati una generazione egocentrica, i Millennial sono molto più consapevoli, dal punto di vista sociale e ambientale, dei loro predecessori, distanziandosi dalle prospettive di Generazione X e Baby Boomers sui temi di giustizia sociale (Black Lives Matter, diritti LGBT+, parità di remunerazione) e di ecologia.

Sono anche i più propensi a trasformare le loro convinzioni in azioni concrete, capaci di prendere decisioni d'acquisto in grado di cambiare il comportamento delle aziende.



“

Il **68%** dei Millennial con famiglia sono più sensibili rispetto all'impatto ambientale dei propri viaggi (rispetto al 50% dei Millennial senza figli)