

Indagine Eurobarometro 2025

<https://regioneer.it/SocialMediaSurvey>



**I social media
nell'UE:
preferenze,
abitudini e fonti
d'informazione**



**EUROPE DIRECT
Emilia-Romagna**



Contesto dell'indagine

Il Flash Eurobarometer FL014EP del Parlamento europeo è stato condotto tra l'11 e il 18 giugno 2025 in tutti i 27 Stati membri dell'UE.

Le interviste sono state realizzate online; il target di riferimento sono stati i cittadini e le cittadine di età pari o superiore ai 15 anni.

In totale sono state condotte 26.121 interviste.

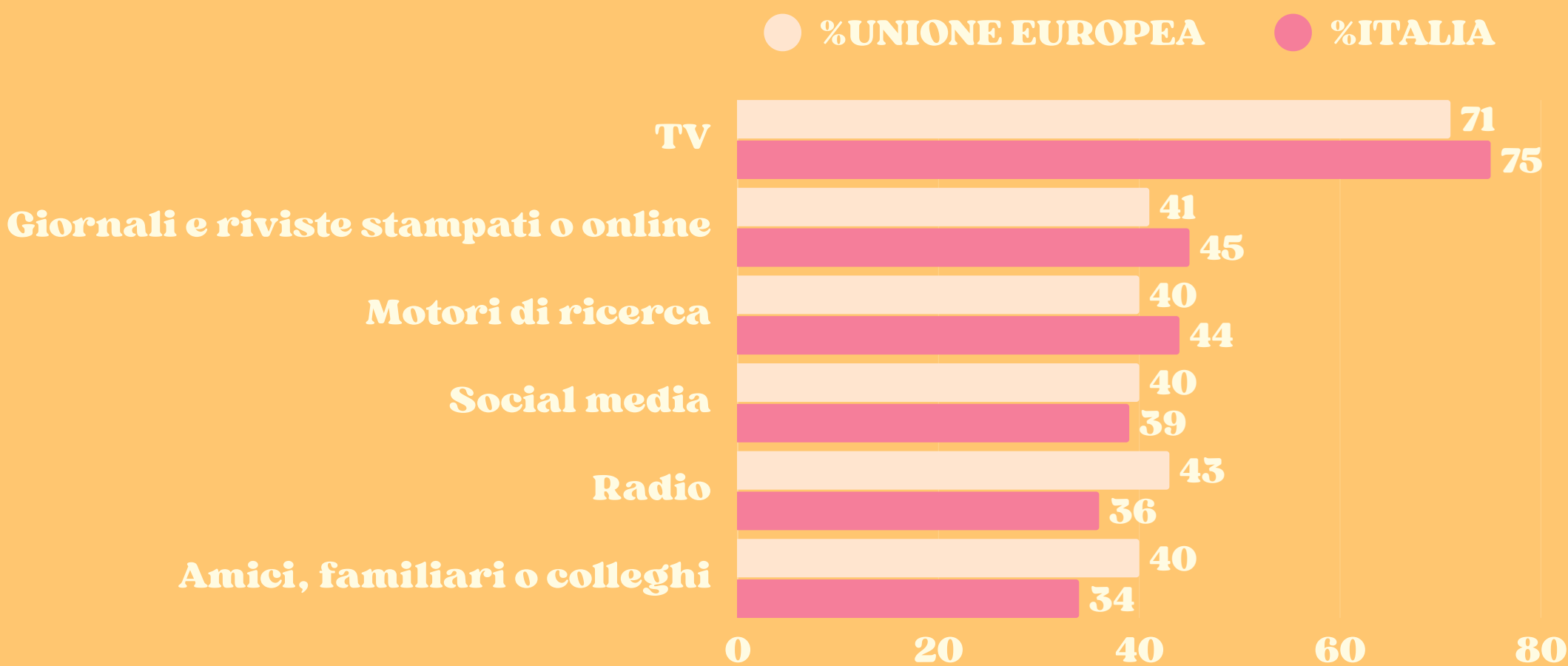
**PER MAGGIORI DETTAGLI
SCANSIONI IL CODICE QR:**



RISULTATI CHIAVE

FONTI E ABITUDINI SULLE INFORMAZIONI

**“Quali delle seguenti fonti utilizza per ottenere informazioni su temi di attualità in ambito sociale e politico?”
(% - scelta multipla)**



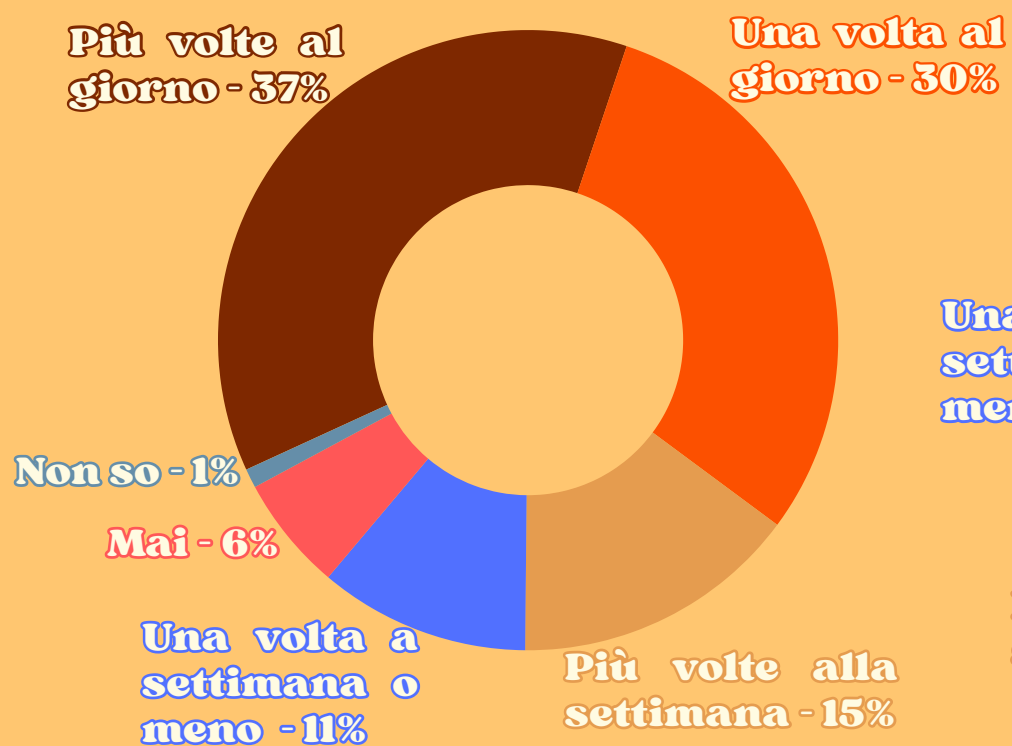
Oltre alle fonti già presenti nel grafico, a livello europeo seguono in ordine decrescente le Piattaforme video (26%), i Podcast (15%), i Chatbot AI (9%), le lezioni scolastiche/universitarie (6%).

FONTI E ABITUDINI SULLE INFORMAZIONI

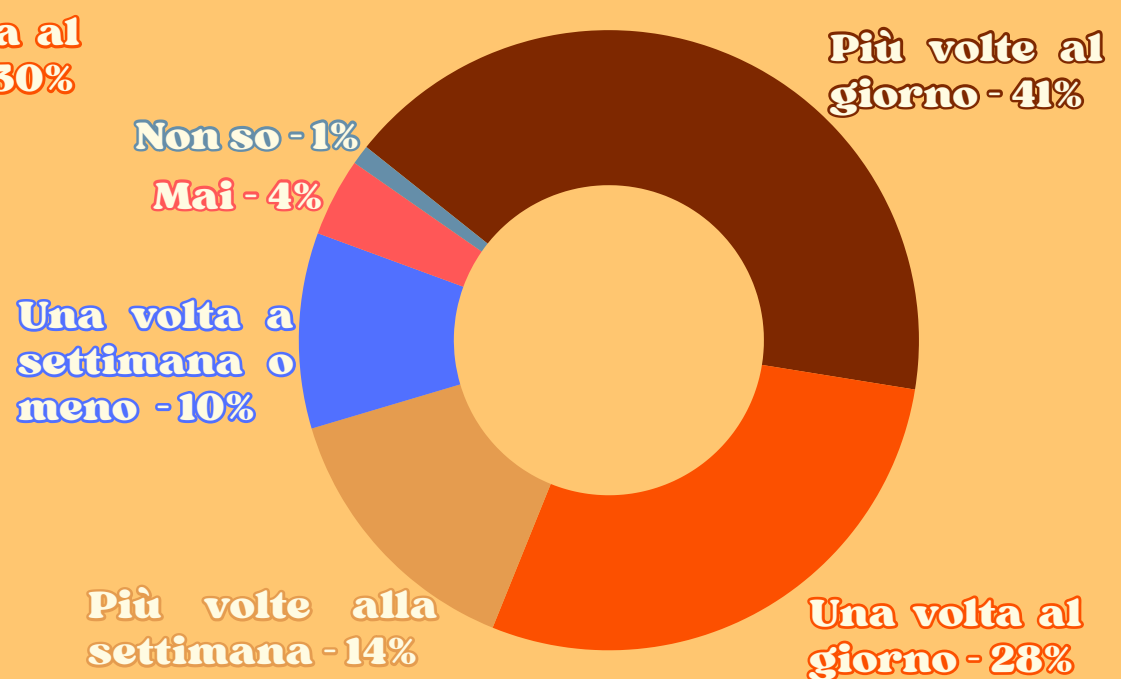
“Con che frequenza utilizza le seguenti fonti per seguire contenuti su temi di attualità in ambito sociale e politico?”(%)

Media tradizionali (servizi offline o digitali di emittenti televisive, quotidiani, stazioni radio, ecc.)

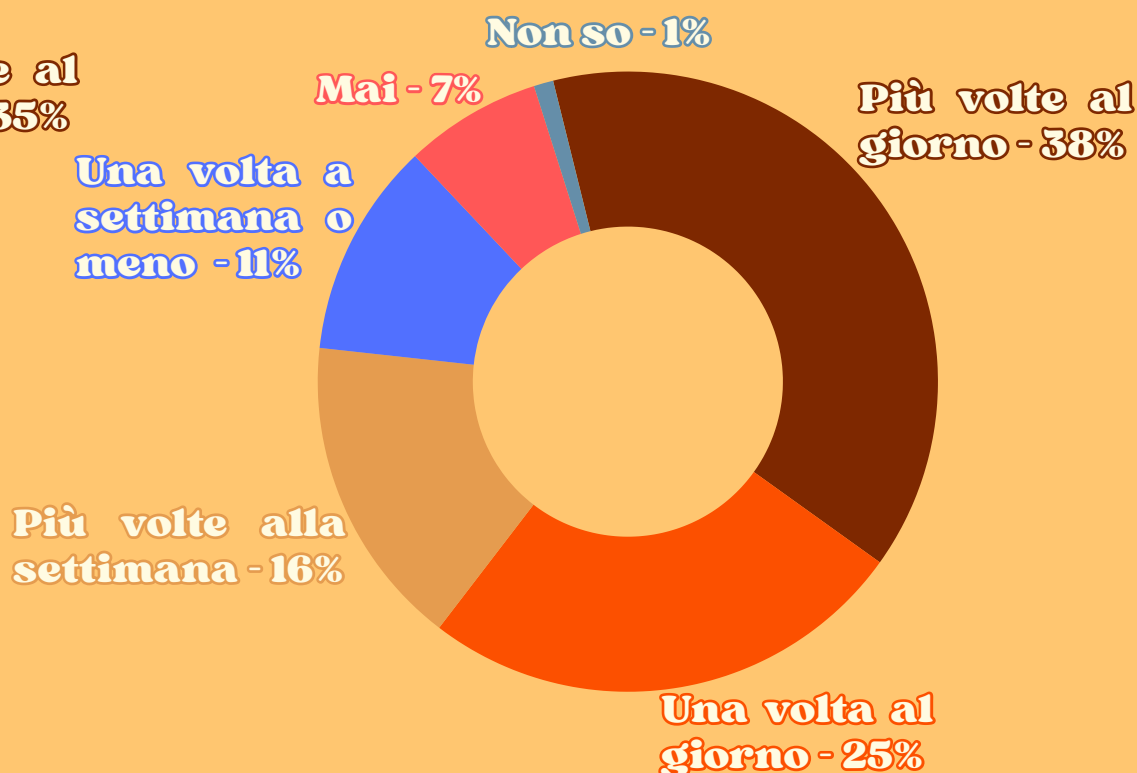
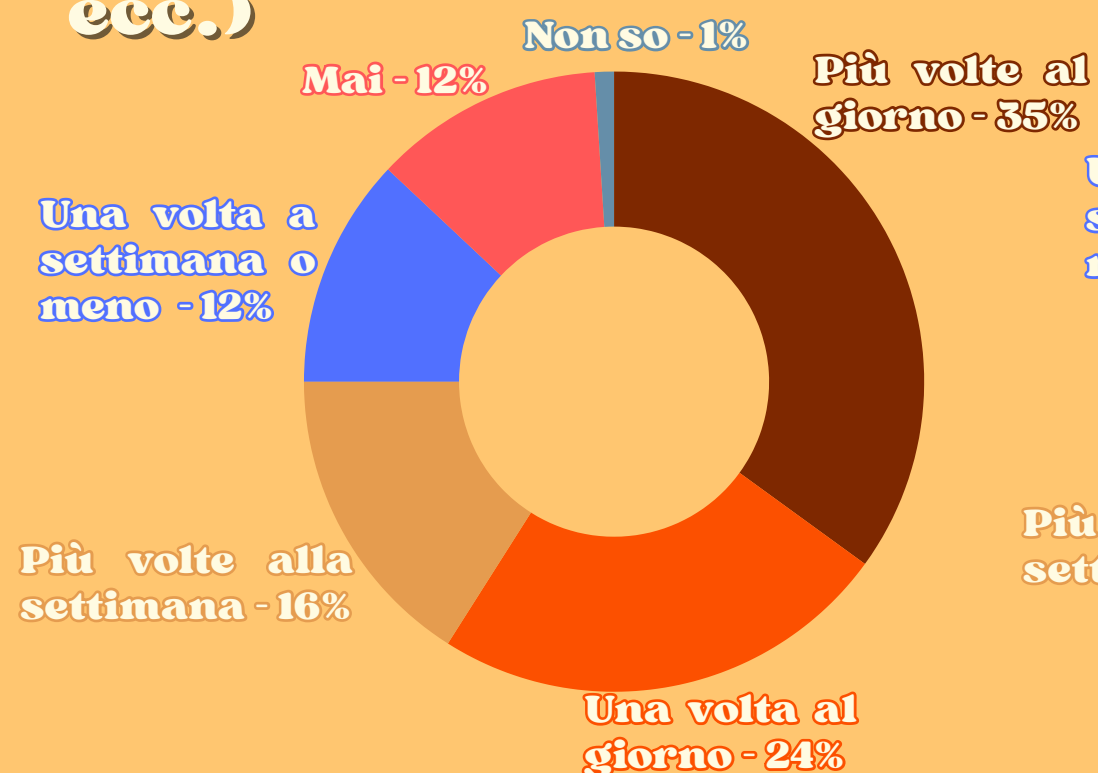
%UNIONE EUROPEA



%ITALIA



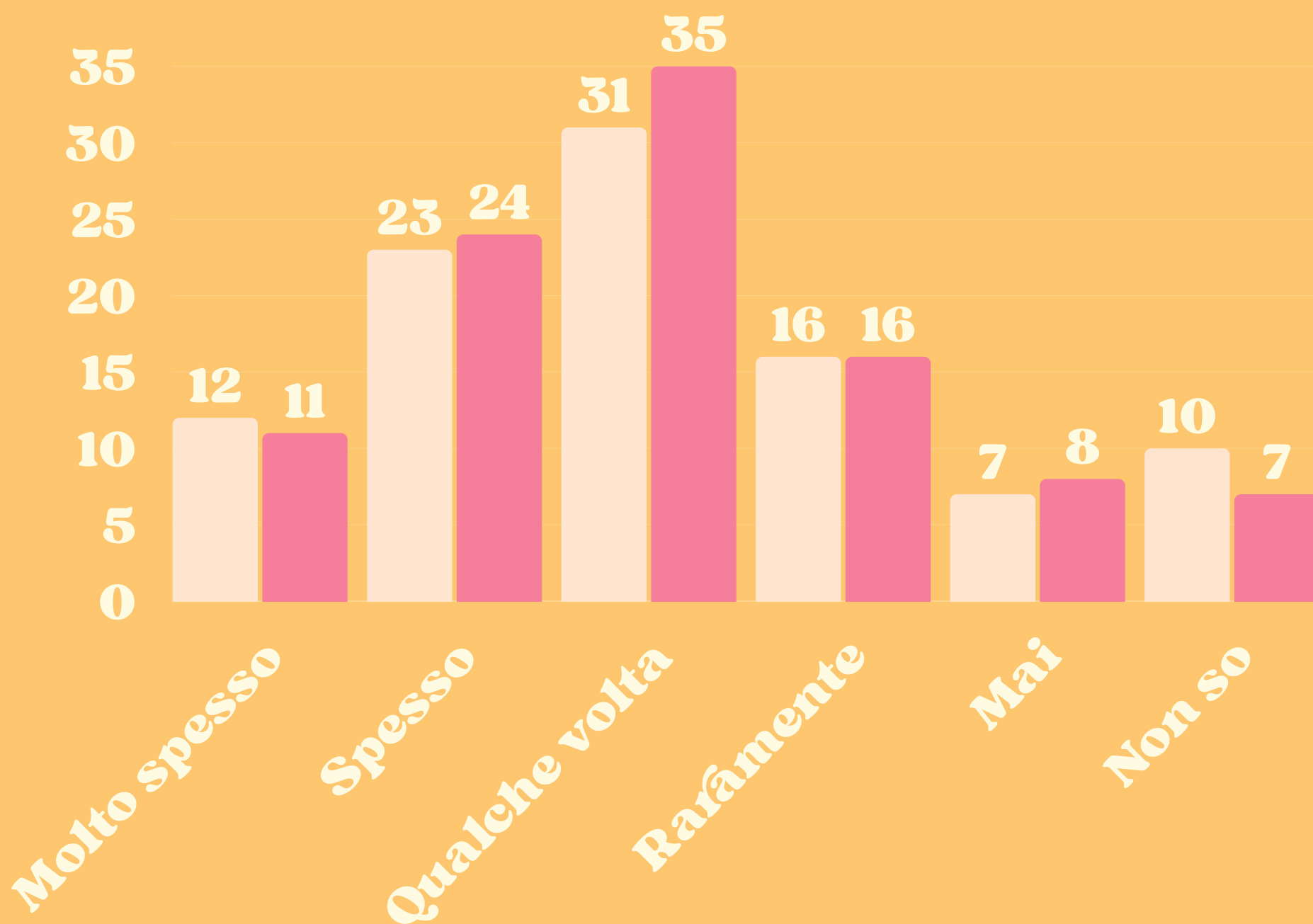
Altre fonti digitali (come social media, piattaforme video o di streaming, blog, portali di notizie online, ecc.)



DISINFORMAZIONE

“Con che frequenza ritiene di essere stato/a esposto/a personalmente a disinformazione e fake news negli ultimi 7 giorni?”

● %UNIONE EUROPEA ● %ITALIA

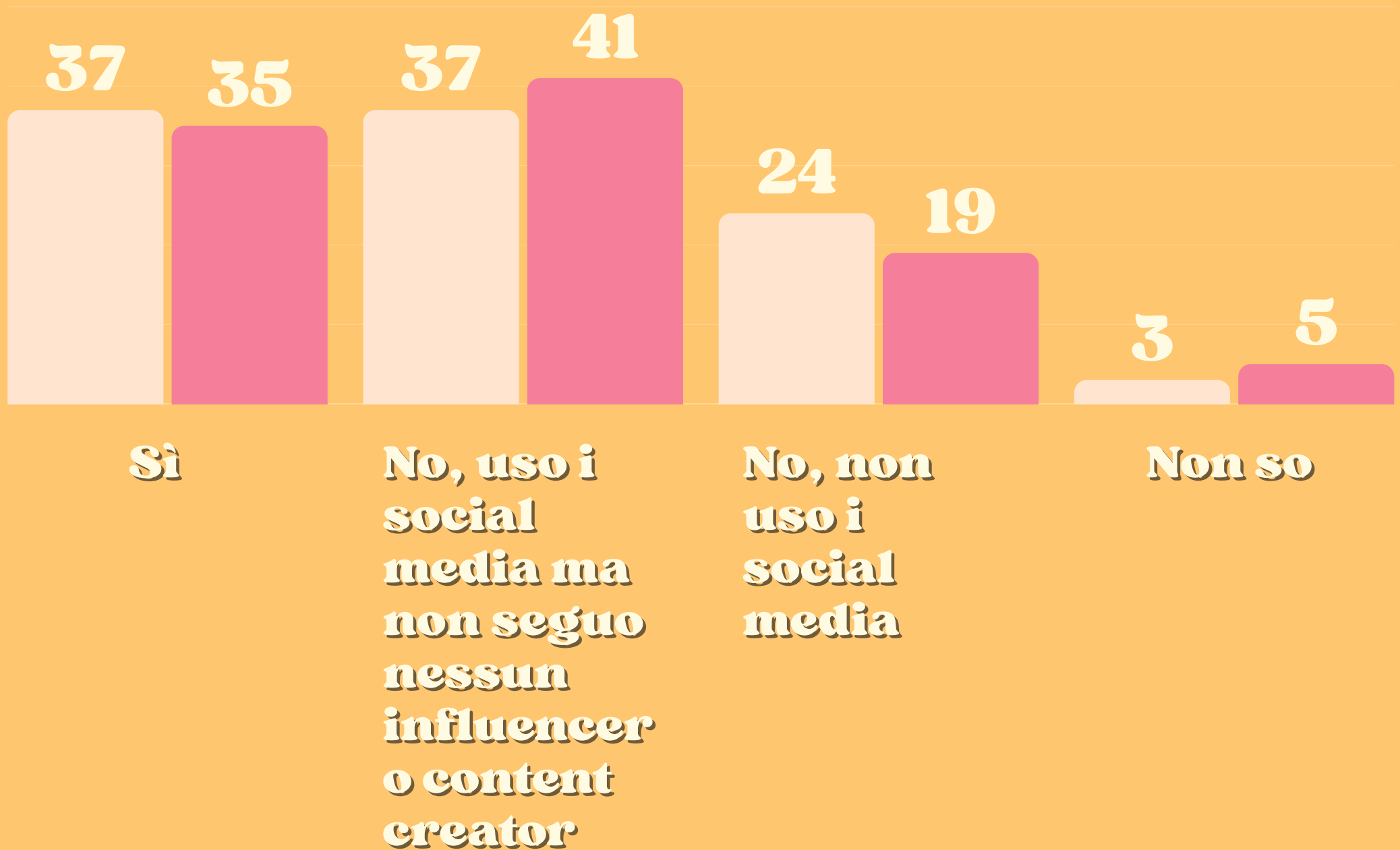


SEGUIRE INFLUENCER O CONTENT CREATOR

“Segue qualche influencer o content creator sui canali di social media (ad es. YouTube, Instagram, TikTok, ecc.)?”(%)

● %UNIONE EUROPEA

● %ITALIA



USO DEI SOCIAL MEDIA

“Quali dei seguenti formati preferisce in generale per le informazioni su temi di attualità in ambito sociale e politico sui social media?” (%)

**%UNIONE
EUROPEA**

%ITALIA

**Brevi post basati su
testo (ad es. immagini
con brevi testi,
aggiornamenti di
stato)**

46

46

**Video di media
lunghezza (ad es. 1-5
minuti)**

39

45

**Brevi video (ad es.
TikTok, Instagram
Reels, inferiori a 1
minuto)**

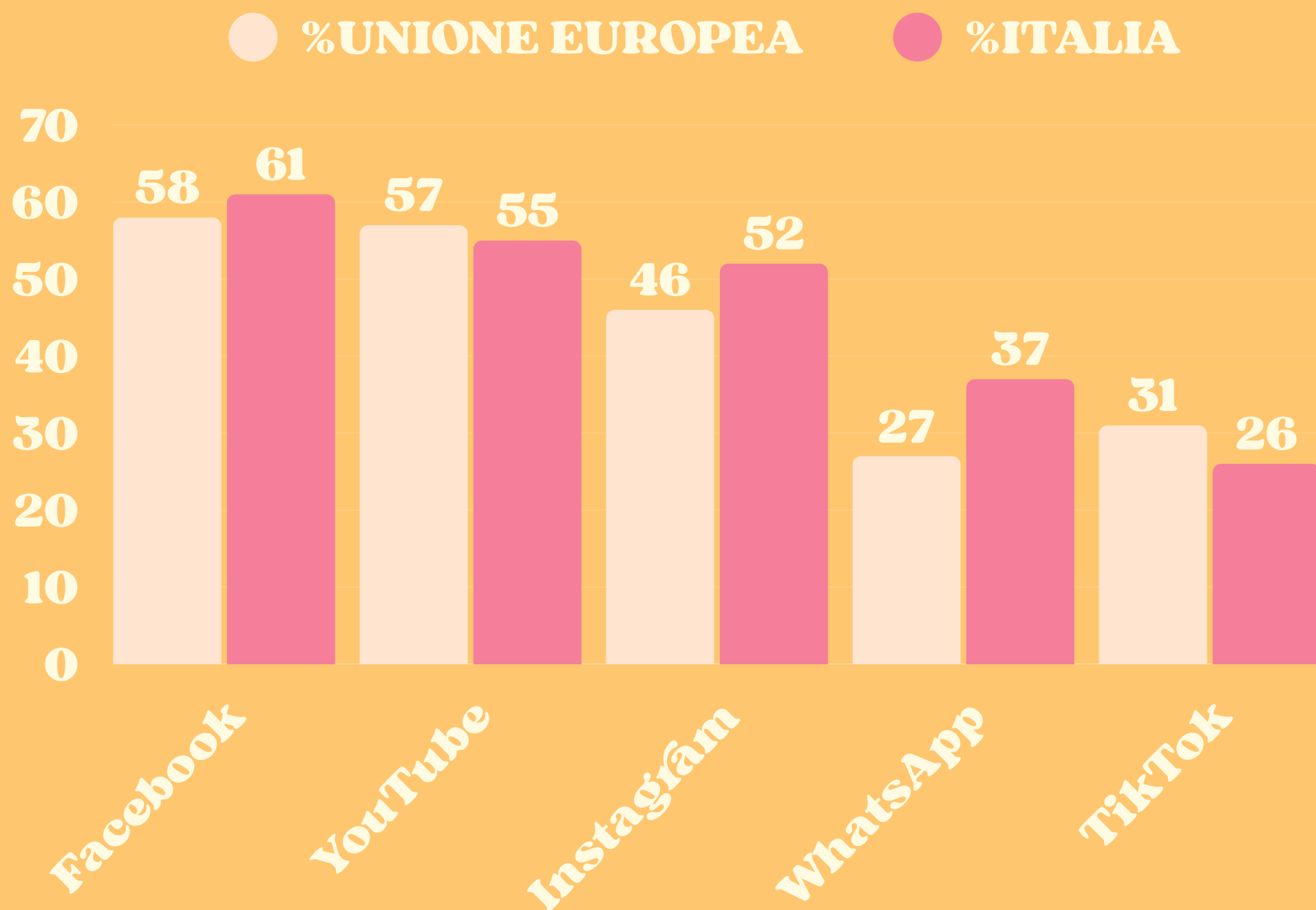
41

43

Inoltre, a livello europeo, figurano i video più lunghi (oltre 5 minuti) con il 35%, le storie (principalmente Instagram) al 26%, contenuti basati su testi medio-lunghi (articoli, post di blog) al 25%, video in diretta (o in streaming) e podcast entrambi al 24%.

USO DEI SOCIAL MEDIA

“Da quali social media e piattaforme ottiene informazioni su temi di attualità in ambito sociale e politico?”(%)



Oltre alle piattaforme già presenti nel grafico, a livello europeo seguono in ordine decrescente Telegram (13%), LinkedIn (10%), Snapchat (7%), Reddit (7%), Threads (4%) e Bluesky (3%).