

DAL LIEVITO DI BIRRA A NETFLIX: COME LA QUARANTENA HA CAMBIATO LE RICERCHE WEB

30 Marzo 2020



ROMA – La quarantena Covid-19 ha influito sulle nostre abitudini, ma anche sulle ricerche che gli italiani effettuano sul web.

Selectra, l'azienda che aiuta gli utenti a scegliere e ad attivare online la tariffa luce, gas e internet, ha rilevato, attraverso Google Trends, le tendenze più interessanti e curiose che esprimono i cambiamenti della nostra quotidianità.

INNO DI MAMELI: BALCONE IS THE NEWS DISCOTECA

Nel 2007, non c'è bisogno di spiegare perché, era diventata la "canzone" più pop dell'intera penisola. Oggi Google ci dice che l'inno di Mameli ha subito una vertiginosa crescita negli ultimi due mesi nel suo motore di ricerca. I flash mob in balcone hanno spinto gli italiani a cercare il testo dell'inno? Se qualcuno ancora non lo conosce il Covid-19 ci avrà almeno aiutati a tenerci pronti per i prossimi Europei di calcio. E poi, se paragoniamo questo termine alla parola "discoteca", notiamo una differenza netta che conferma un nuovo trend: il balcone è la nostra nuova discoteca.

LIEVITO DI BIRRA

Sono tante le parole chiave relative alla cucina che registrano una crescita netta: ricetta, pasta, torta! Ma l'amico più fedele degli italiani durante la quarantena, l'ingrediente magico che contribuirà a cambiare per sempre il nostro guardaroba estivo, è il lievito! In supermercato le scorte sono in continuo esaurimento, ma gli italiani non mollano: anche questo se lo preparano da soli a casa. Ecco il tasso di crescita di questa parola chiave su Google, messa a confronto con "Tripadvisor", l'oracolo degli italiani quando devono provare un nuovo ristorante. La differenza in termini di ricerca è netta come l'equazione finale: il forno è il ristorante dei nostri sogni. Attenzione però non solo alla linea, ma anche ai consumi energetici: le pietanze saranno anche gustosissime, ma la bolletta può risultare un po' salata!

MEGLIO UNA COSA "COMODA" O "DI MODA"?

Diciamoci la verità: a casa si sta in tuta, e chi è più pigro anche in pigiama. Chi è che indossa, camicie, gonne o tailleur per sedersi sul divano? La comodità è la nuova parola della quarantena italiana. Paragonandola al termine "di moda" – che esprime una ricerca proiettata verso oggetti trendy e in voga – la parola comoda riflette invece un sentimento di relax e comfort, un mood "pantofolaio" tipico di chi ha voglia di allentare lo stress e rilassarsi a casa.

NETFLIX È IL NUOVO CINEMA

Netflix, ma anche prime video, Infinity, Now TV, SKY e tanti altri: tutti i trend in vertiginosa crescita. Sono loro i nostri nuovi amici, compagni fedeli con cui trascorrere intere giornate e maratone no stop di qualsiasi serie tv e film che la nostra mente è in grado di assimilare senza subire un collasso cerebrale. Se paragoniamo la parola "Netflix" a "cinema", il confronto in termini di ricerca è impietoso. Ma... solo a condizione che ci sia una connessione internet stabile e veloce!

CONVEGNO AZIENDALE? IN VIDEOCALL!

Durante questa quarantena abbiamo riscoperto il valore di quelle tecnologie utili per comunicare distanza: Skype, WhatsApp video, Zoom. Il motivo è semplice: siamo animali sociali e una telefonata spesso non esaurisce la necessità di entrare in contatto con gli altri. Abbiamo bisogno anche di vederci, oltre che parlarci. Questi strumenti, inoltre, sono oggi indispensabili anche per organizzare il lavoro da casa: il famoso “smart working”. I meeting e i convegni aziendali oggi si organizzano su queste piattaforme e anche Google conferma il nuovo trend.

DORMIRE O FARE YOGA?

La voglia di rimanere attivi e fare attività fisica non abbandona gli italiani neanche tra le mura domestiche. Dalle ricerche effettuate possiamo constatare che l’approccio attivo ha riportato una brillante vittoria su quello passivo: la parola “yoga”, infatti, ha prima raggiunto e poi lasciato indietro la parola “dormire”... E anche se lo yoga rimane la soluzione preferita da tutti quelli che non vogliono rinunciare allo sport durante la quarantena, sono in crescita anche “esercizi”, “pilates” ed altre attività che si possono praticare in casa. Sembra che tutte le cose che cuciniamo ci diano davvero tante energie! O forse è solo il nostro atavico senso di colpa post-abbuffata?

SPESA? NIENTE FILE (ONLINE)

Possiamo uscire di casa solo per attività strettamente necessarie: la spesa è una di queste. Vestiti come dei palombari, con mascherine, guanti in lattice e gel disinfettanti pronti all’uso, ci muoviamo tra i scaffali dei supermercati in fretta e in furia e in preda all’ansia. Senza dimenticare la fila infinita per entrare. Ma una soluzione c’è: si chiama spesa online. Moltissimi italiani durante la quarantena stanno imparando a rivolgersi alle possibilità offerte da internet, per tante cose, anche per fare la spesa. Dalle ricerche effettuate possiamo vedere come la parola “spesa online” ha superato la parola “supermercato” in quest’ultimo periodo.

BOLLETTE LUCE E GAS: MEGLIO LE PULIZIE

Oggi che gli italiani hanno più tempo per mettere in ordine le fatture e i vari bollettini, analizzare le proprie spese ed attivare offerte più convenienti per le proprie utenze di casa... prediligono non solo le serie TV o i giochi di coppia, ma addirittura le faccende di casa, come le pulizie! Nei momenti più difficili, spesso, noi italiani, siamo capaci di far emergere qualità nuove e inaspettate. Non è forse questo il genio italiano? Sapersi adattare – con fantasia, intuizione e velocità d’esecuzione – ai cambiamenti e alle difficoltà che incontriamo durante la nostra vita.