La Gen Z e la salute, per 1 su 2 star bene Ã¨ un investimento sul futuro

Descrizione

default watermark

(Adnkronos) â?? Per la Gen Z â??stare beneâ?? non significa solo non ammalarsi. Significa dormire meglio, avere piÃ¹ energia, sentirsi lucidi, mangiare in modo piÃ¹ consapevole, prendersi cura della salute mentale, capire a chi affidarsi quando si ha un dubbio e provare a costruire oggi una versione piÃ¹ stabile di sÃ©. Ã? una definizione molto piÃ¹ ampia, quotidiana e personale della salute, che racconta una generazione che non vive il benessere come una moda passeggera, ma come un progetto da costruire nel tempo. Ã? quanto emerge dalla ricerca â??Gen Z Health & Wellnessâ??, realizzata da Ipsos Doxa per Weber Shandwick Italia (Gruppo Ebano), che ha analizzato il rapporto dei giovani adulti italiani tra i 22 e i 30 anni con salute, benessere, alimentazione, prevenzione e informazione.

Il primo dato Ã¨ chiaro, riporta una nota: quasi 1 giovane su 2, il 46%, interpreta la salute come una responsabilitÃ verso il futuro o un investimento su se stesso. Non un tema da affrontare solo quando compare un problema, ma una dimensione da allenare, organizzare e proteggere. In questo quadro, il benessere mentale viene prima dellâ??assenza di malattia. Quando la Gen Z pensa allo star bene, il primo riferimento non Ã¨ il corpo, ma la mente. Il 26% associa il benessere soprattutto alla salute mentale, mentre il 23% lo collega allâ??assenza di malattie. Ã? un dato importante perchÃ© sposta il baricentro della salute, sottolineano i promotori dellâ??indagine. Per questa generazione sentirsi bene non coincide solo con parametri clinici, visite o diagnosi. Contano anche energia mentale e concentrazione (16%), energia fisica (16%), alimentazione equilibrata (9%), qualitÃ del sonno (4%), vita sociale (3%) e forma fisica (3%). In altre parole: la salute non Ã¨ piÃ¹ solo qualcosa da recuperare quando si perde. Ã? qualcosa da costruire prima.

La survey rileva nella Gen Z tre atteggiamenti diversi. Ci sono i â??Coinvoltiâ??, il 23%, che hanno giÃ trasformato il benessere in una pratica quotidiana. Sono quelli che hanno routine piÃ¹ stabili, si informano, provano a prevenire e fanno entrare la cura di sÃ© nella gestione ordinaria delle proprie giornate. Poi ci sono gli â??Aspirazionaliâ??, il gruppo piÃ¹ ampio (60%): sono interessati, informati, attenti, ma non sempre riescono a trasformare intenzioni e buoni propositi in comportamenti costanti. Sanno che dovrebbero fare di piÃ¹, ma tra tempo, attenzione, abitudini e complessitÃ informativa spesso restano a metÃ strada. Infine ci sono i â??Distaccatiâ??, il 17%, piÃ¹ lontani da routine strutturate e piÃ¹ esposti a percorsi informativi meno organizzati. Per gli autori della ricerca questo

significa che câ??Ã¨ chi Ã¨ giÃ dentro una logica di prevenzione, chi va aiutato a passare dallâ??interesse allâ??azione e chi ha bisogno prima di tutto di essere raggiunto con messaggi semplici, credibili e non giudicanti.

Il consulente della Gen Z per la salute resta il medico, che perÃ² non Ã¨ piÃ¹ solo. Se per il 46% il â??camice biancoâ?? rimane il riferimento piÃ¹ autorevole, accanto al medico ci sono Google usato dal 40%, Instagram dal 29%, YouTube dal 23% e TikTok dal 18%. A questi si aggiunge ormai anche lâ??intelligenza artificiale: il 30% della Gen Z utilizza ChatGpt o strumenti di Ai per informarsi su salute, benessere e alimentazione, mentre il 20% la considera la prima risorsa a cui rivolgersi quando ha un dubbio concreto. Secondo gli esperti questo non significa che i giovani abbiano sostituito il medico con lâ??Ai. Significa qualcosa di piÃ¹ interessante e piÃ¹ complesso: prima di arrivare a una decisione attraversano molti touchpoint, cercano, confrontano, verificano, semplificano, chiedono conferme. Il problema, quindi, non Ã¨ se la Gen Z si informa. Lo fa, molto. Il problema Ã¨ come interpreta quello che trova. In un contesto in cui quasi 7 giovani su 10 dichiarano di informarsi con continuitÃ su salute e benessere, il tema non Ã¨ piÃ¹ lâ??accesso allâ??informazione. Ã? lâ??orientamento. La Gen Z non ha bisogno solo di piÃ¹ contenuti. Ha bisogno di contenuti piÃ¹ chiari, piÃ¹ affidabili e piÃ¹ utili. PerchÃ© quando le fonti aumentano, aumenta anche la fatica di capire quali siano davvero attendibili. E per molti giovani chiedere a ChatGpt o a strumenti simili puÃ² essere il primo passaggio per dare un nome a un dubbio, capire meglio un sintomo, orientarsi su un comportamento, approfondire un tema alimentare o cercare una prima spiegazione.

default watermark

Ma sui social di chi si fidano i ragazzi? Dallâ??indagine emerge che sui temi salute e benessere la Gen Z attribuisce maggiore valore a figure verticali e competenti: medici, nutrizionisti, farmacisti e professionisti della salute sono indicati dal 35% del campione come riferimenti credibili. I creator e influencer generalisti pesano molto meno, fermandosi al 10% nei processi di scelta e orientamento. Il punto non Ã¨ togliere la salute dai social â?? evidenziano gli autori â?? ma portare lÃ¬ competenze riconoscibili, linguaggi comprensibili e contenuti che aiutino davvero a capire.

Anche nel food la salute passa da scelte molto concrete. Quando si parla di alimentazione, la Gen Z guarda prima di tutto a ciÃ² che contiene e a cosa puÃ² fare per il proprio benessere. Gli ingredienti sono il primo driver di scelta, indicati dal 44%. Seguono il prezzo al 40%, il gusto al 35% e i benefici funzionali per il benessere al 31%. Il consiglio ricevuto da social o creator generalisti incide invece solo per il 3%. Ã? un dato utile â?? conclude lâ??analisi â?? perchÃ© mostra quanto la salute sia entrata anche nelle decisioni piÃ¹ quotidiane, in ciÃ² che si mangia, ciÃ² che si compra, ciÃ² che si integra nella propria routine diventa parte di una strategia personale di benessere.

â??

cronaca

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione
Settembre 8, 2026
Autore
redazione

default watermark