



L'analisi condotta da Next Gen Lab e Beyond Research sulle abitudini alimentari di GenZ e Millennials

Sushi e attenzione alla sostenibilità e provenienza dei prodotti. Ecco i dettagli dell'analisi l'analisi condotta da Next Gen Lab e Beyond Research

NOTIZIE

<https://2night.it/4a02dc-/abitudini-alimentari-di-genz-millennials.html>

1/2

Le abitudini alimentari di GenZ e Millennials

Pubblicato il: 24 novembre 2020

Like 2



Sushi e attenzione alla sostenibilità e provenienza dei prodotti. Ecco i dettagli dell'analisi condotta da Next Gen Lab e Beyond Research.

Le abitudini alimentari dei giovani e, più nel dettaglio, di quelli che vengono definiti GenZ e Millennials, sono al centro di una recente analisi condotta da Next Gen Lab e Beyond Research. I risultati principali permettono di comprendere meglio il rapporto con il cibo dei giovani di oggi e degli adulti del futuro. Da una parte amano il sushi (e questo non desta particolari stupori visto quanto vadano di moda, anche fra i giovanissimi, i ristoranti sushi) e dall'altra sono ferventi sostenitori del Made in Italy. Infatti, quanto emerge dallo studio, è un'attenzione maggiore delle nuove generazioni verso la provenienza dei prodotti e la sostenibilità.

La ricerca nasce dalla neonata collaborazione tra Beyond Research e il Next Gen Lab del Gruppo IAKI (agenzie IAKI e Cimiciurri), con l'obiettivo di approfondire tale rapporto a partire da dati più specifici. L'argomento "giovani e alimentazione" è sempre più all'ordine del giorno perché si tratta di un rapporto che talvolta può essere delicato per la vulnerabilità di determinate fasce d'età e per i tantissimi 'modelli' che nella società odierna possono influenzare abitudini e scelte.

Millennial e GenZ: cosa mangiano?

Lo studio effettuato da Next Gen Lab e Beyond Research parte da una domanda apparentemente semplice: cosa mangiano le nuove generazioni? Identificando come tali la **generazione Z** (anche detta GenZ) e cioè quella generalmente circoscritta tra i nati fra metà anni '90 fino all'anno 2010 e quella dei **millennials** (nati fra i primi anni '80 e metà anni '90), la ricerca è stata condotta su **3.260 giovani**. Ragazzi e ragazze appartenenti alla GenZ (14-24 anni) e ai Millennials (25-35 anni) così suddivisi: per la GenZ, 25% tra i 14 e i 17 anni, 44% tra i 18 e i 20 anni e 31% tra i 21 e i 24 anni; per i Millennials, 78% tra i 25 e i 30 anni e 22 % tra i 30 e i 35 anni.

I giovani: verso un mondo più sostenibile

I giovani sono il futuro della **sostenibilità** e della **qualità** e lo studio sembra confortare in questo. Da quanto emerge dall'analisi, infatti, le nuove generazioni risultano particolarmente attente a **sostenibilità** e **provenienza dei prodotti**. Infatti l'83% dei giovani intervistati preferisce consumare prodotti con **confezioni riciclabili**, con origine da **allevamenti a basso impatto ambientale** e che **non sfruttino i produttori**. Non solo: il **made in Italy**, materie prime controllate e certificate, prodotti a **chilometro zero** e una **filiera sostenibile**, rappresentano caratteristiche fondamentali per l'84% dei giovani.

L'influenza dei media: siti e social in primis

Alla domanda "qual è la principale fonte di ispirazione per le tue ricette?" i Millennials rispondono: "i media" e alla domanda "che ne pensi delle diete?" la risposta è univoca: "una moda".

Più proattivi e slegati dal contesto familiare rispetto alla generazione Z, l'**81% dei Millennials** cerca ispirazione per i propri piatti nei **media**, prevalentemente nei **siti web (57%)** e nelle **pagine social (55%)**; solo il **24%** si lascia ispirare dalla miriade di **programmi** dedicati alla cucina che spopolano in tv. Seguono la **tradizione** e le **esperienze di viaggio** o fatte al ristorante (**70%**) mentre il **31%** inventa e sperimenta.

L'influenza dei media agisce anche sulla generazione più giovane, la GenZ, che afferma di cercare le ricette online e sui social, che appare anche più condizionata dai **canoni estetici** mostrati in tv e sui social. Solo una piccola percentuale della GenZ infatti ha affermato di aver seguito una **dieta** per motivi legati alla salute (8% senza lattosio e gluten free e 6% vegetariana, vegana e pescatariana) mentre la percentuale più alta ha seguito un regime alimentare specifico per **ragioni puramente estetiche** (31% dimagrante e 10% proteica).

Il Sushi: un'arte sempre più apprezzata

L'arte del **sushi** conquista i Millennials. La maggiore disponibilità di spesa degli over 25 li porta spesso a mangiare fuori casa e la propensione che li contraddistingue a sperimentare cose nuove e insolite fa registrare un consumo abituale di cibi etnici (**72%**). Vincitrice indiscussa è la cucina **giapponese**, preferita dal 54% dei Millennials. Seguono la cucina **statunitense (36%)** e quella **cinese (36%)**. Il famoso poké hawaiano, nuovo food trend che si trova ormai in ogni angolo delle città, ottiene solo l'11% di preferenze.

Photo by krakenimages on Unsplash