UNIVERSITÀ CUSANO

Punture dimagranti e corpi da copertina: la nuova ossessione dell'estate 2026

Dagli anni '90 alla body positivity, fino all'era Ozempic: come è cambiato il modo in cui desideriamo, giudichiamo e correggiamo il corpo

Nel **2026** il corpo torna al centro della scena, ma con strumenti nuovi.

Anni '90

- magrezza estrema
- modelle "heroin chic"
- copertine, passerelle, TV
- corpo da guardare

Anni 2010

- body positivity
- inclusione
- corpi diversi
- critica agli standard irrealistici

Anni 2020

- ritorno della magrezza
- celebrity dimagrite
- GLP-1
- social, prima/dopo, "Ozempic face"

Nati per condizioni cliniche come diabete e obesità, oggi sempre più raccontati come scorciatoia per dimagrire in fretta.

Estate 2026

il corpo non deve solo essere magro,
deve diventarlo in fretta
deve mostrarlo
deve sembrare controllabile

La prova costume non è morta. È diventata farmacologica.

Anni '90: il corpo magro come destino mediatico

Negli anni '90 l'ideale dominante era semplice: meno corpo, più valore estetico.

- corpo sottile
- pancia piatta
- taglie minime
- modelle longilinee
- riviste, TV, pubblicità, passerelle
- dieta come disciplina
- magrezza come status

La pressione era verticale:

pochi modelli estetici
|
milioni di spettatori

Non c'erano feed infiniti.
Non c'erano filtri.
Non c'erano video "prima/dopo" ogni giorno.

Già nel **1990** la ricerca psicologica parlava di thin ideal occidentale e del suo legame con insoddisfazione corporea, depressione e disturbi alimentari femminili, soprattutto a partire dalla pubertà.

Negli anni '90 il corpo ideale era una copertina da imitare.

Anni 2010: la body positivity prova a ribaltare il messaggio

- non esiste un solo corpo valido
- non bisogna meritare rispetto con la taglia
- i corpi grassi, non conformi, disabili, segnati, reali devono essere visibili
- il corpo non è un fallimento morale
- il valore personale non coincide con il peso

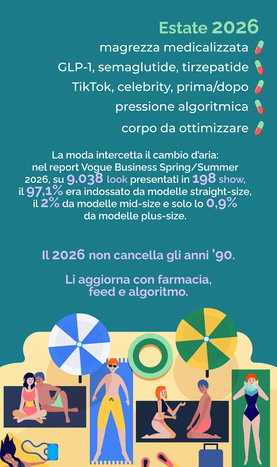
Per alcuni anni il linguaggio cambia:

- più inclusione
- più rappresentazione
- più corpi diversi nelle campagne
- più critica alla magrezza obbligatoria
- più attenzione allo stigma sul peso

Ma la body positivity cambia soprattutto il discorso pubblico. Non elimina il desiderio sociale di magrezza.

La body positivity ha aperto lo specchio.

Ma non ha spento il giudizio.



Estate 2026: la magrezza torna con strumenti nuovi

Il 2026 non è un semplice ritorno agli anni '90. È qualcosa di diverso.

Negli anni '90

- magrezza aspirazionale
- dieta, rinuncia, palestra
- TV, moda, magazine
- pressione verticale
- corpo da guardare

Estate 2026

- magrezza medicalizzata
- GLP-1, semaglutide, tirzepatide
- TikTok, celebrity, prima/dopo
- pressione algoritmica
- corpo da ottimizzare

La moda intercetta il cambio d'aria: nel report Vogue Business Spring/Summer 2026, su 9.038 look presentati in 198 show, il 97,1% era indossato da modelle straight-size, il 2% da modelle mid-size e solo lo 0,9% da modelle plus-size.

Il 2026 non cancella gli anni '90.

Li aggiorna con farmacia, feed e algoritmo.

Il corpo torna in scena: estate, spiagge, visibilità

L'estate resta la stagione in cui il corpo viene esposto, fotografato, confrontato.

Secondo le stime sul turismo 2026:

141,2 milioni
di arrivi turistici attesi in Italia

478,6 milioni
di presenze

132,7 miliardi €
di spesa turistica stimata

quasi **64,8 milioni**
di italiani in viaggio

oltre **213 milioni**
di pernottamenti domestici

Il mare resta il grande set collettivo

La spiaggia non è solo vacanza, diventa esposizione.

Il corpo non si mostra più solo al sole. Si mostra alla fotocamera, al feed, al confronto.

Il costume da bagno è diventato un test sociale.

La prova costume: da disagio stagionale a pressione continua

La prova costume non nasce nel 2026.
Nel 2026 cambia scala.

Il disagio era già visibile:

2 italiani su **3**
dichiarano disagio all'idea
di scoprirsi d'estate

71,1%
non si sente totalmente
a proprio agio con il corpo

75%
delle donne
è critica verso il proprio corpo

67%
degli uomini
è critico verso il proprio corpo

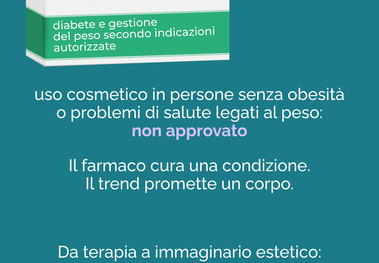
76%
nella fascia 18-29 anni

81,1%
si allena per migliorare
la forma fisica nei mesi caldi

La pressione non è più solo:
"devo dimagrire".
È anche:

- devo farlo in fretta
- devo arrivare pronta
- devo essere fotografabile
- devo sembrare controllata
- devo mostrare il risultato
- devo non essere giudicata

Prima era una scadenza stagionale.
Oggi è una pressione permanente.



I farmaci entrano nel linguaggio del corpo

GLP-1, semaglutide, tirzepatide.

Parole mediche
diventate parole da social.

Questi farmaci agiscono su:

- glicemia
- fame
- sazietà
- svuotamento gastrico
- metabolismo
- controllo del peso

Non sono integratori.
Non sono cosmetici.
Non sono trattamenti beauty.

Ozempic, Rybelsus, Trulicity, Victoza:
diabete

Saxenda e Wegovy:
controllo del peso
in condizioni definite

Mounjaro:
diabete e gestione
del peso secondo indicazioni
autorizzate

uso cosmetico in persone senza obesità
o problemi di salute legati al peso:
non approvato

Il farmaco cura una condizione.
Il trend promette un corpo.

Da terapia a immaginario estetico:
qui nasce il cortocircuito.

Il boom italiano: +78,7%

Nel 2024* cresce la spesa privata per analoghi del recettore GLP-1 utilizzati per perdere peso.

+78,7%
consumi privati

55,3 milioni €
spesa privata per semaglutide

21,8 milioni €
acquisto privato di fascia A

semaglutide tra i primi 30
principi attivi a maggiore spesa privata

Nel mercato degli antidiabetici:

12,4%
dei consumi antidiabetici

9,2
DDD/1000 abitanti die

analoghi GLP-1:
+13,3% consumi

analoghi GLP-1:
+11,5% spesa

semaglutide:
+59,8% consumi

semaglutide:
+58,4% spesa

tra le classi più costose
per utilizzatore

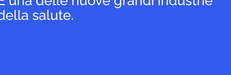
Non è più solo gossip.
È spesa privata.
È consumo sanitario.
È domanda misurabile.

*ultimo dato aggiornato

Italia: quanto pesano i GLP-1 nei consumi antidiabetici

Fonte: Rapporto OsMed 2024 / SID Policy Brief 2025.
Dati espressi in DDD/1000 abitanti die.

Il boom globale: la magrezza medicalizzata diventa industria



Il fenomeno non riguarda solo l'Italia.

Negli Stati Uniti:

18% degli adulti
ha usato almeno una volta un GLP-1

12%
lo sta assumendo attualmente

circa **1** adulto su **8**
è oggi in trattamento
con un farmaco di questa classe

uso di GLP-1 iniettabili
per perdere peso: **5,8%** nel 2024

12,4%
nel 2025

donne: **15,2%**

uomini: **9,7%**

consapevolezza pubblica dei farmaci:
quasi **9** americani su **10**

In Gran Bretagna:

1,6 milioni
di adulti hanno usato farmaci
come Wegovy e Mounjaro
per perdere peso tra 2024 e 2025

3,3 milioni
sarebbero interessati a usarli
nell'anno successivo

Il mercato globale dei farmaci per l'obesità è stimato in forte crescita:

quasi
66 miliardi $
nel 2025

circa
92 miliardi $
nel 2026

La magrezza medicalizzata
non è una moda passeggera.
È una delle nuove grandi industrie
della salute.

Le aziende: la fame diventa mercato

Nel 2026 i bilanci farmaceutici mostrano il peso economico del fenomeno.

Eli Lilly, primo trimestre 2026:

- **19,8** miliardi $ di ricavi
- **+56%** rispetto all'anno precedente
- Zepbound USA: **4,1** miliardi $
- crescita Zepbound: **+79%** rispetto al Q1 2025
- crescita trainata da Mounjaro e Zepbound

Novo Nordisk, 2025:

- Ozempic: **127,089** miliardi DKK di vendite
- Wegovy: **79,106** miliardi DKK
- prodotti obesity care: **82,347** miliardi DKK
- crescita obesity care international operations: **+73%**

> La fame diventa mercato.
> La sazietà diventa prodotto.
> Il peso diventa area terapeutica globale.

Il corpo entra nella nuova economia della trasformazione.

Ozempic face: anche il risultato diventa problema

Il fenomeno non si ferma alla bilancia.

> Con il dimagrimento rapido cresce il discorso sulla cosiddetta "Ozempic face":

- volto svuotato
- guance meno piene
- zigomi più marcati
- pelle meno tonica
- aspetto percepito come più stanco
- viso associato a perdita di volume

> Nel **2026** cresce la richiesta di interventi estetici per correggere gli effetti visibili del dimagrimento rapido:

- filler
- biostimolazione
- skin tightening
- laser
- radiofrequenza
- lifting
- addominoplastica
- body contouring

Il paradosso è perfetto:
prima si corregge il peso,
poi si corregge il volto,
poi si corregge il corpo che è cambiato.

La promessa di controllo genera nuovi punti da controllare.

Non è solo vanità: obesità e sovrappeso restano salute pubblica

Il fenomeno è culturale.
Ma il problema clinico esiste.

Nel mondo:

- oltre **1** miliardo di persone convive con obesità
- l'obesità è riconosciuta come malattia cronica e recidivante
- i GLP-1 possono essere strumenti utili negli adulti con obesità
- il trattamento deve inserirsi in un percorso integrato

In Italia:

- **43%** degli adulti 18-69 anni è in eccesso ponderale
- **33%** in sovrappeso
- **10%** con obesità
- bambini: **19%** in sovrappeso
- bambini: **9,8%** con obesità, inclusa obesità grave

Disturbi alimentari: il terreno era già fragile

Nel mondo, secondo OMS:

16 milioni
di persone convivono
con disturbi alimentari

quasi **3,4** milioni
sono bambini e adolescenti

In Italia:

oltre **3** milioni di persone soffrono di disturbi della nutrizione e dell'alimentazione

più del **5%** della popolazione

la pandemia ha aggravato i casi del **30–35%**

età di esordio sempre più bassa

casi segnalati anche dagli **8** anni

circa **30%** dei casi riguarda under 14

Nel 2026 la mappatura nazionale ISS conta:

232 strutture dedicate

176 centri di cura

56 associazioni

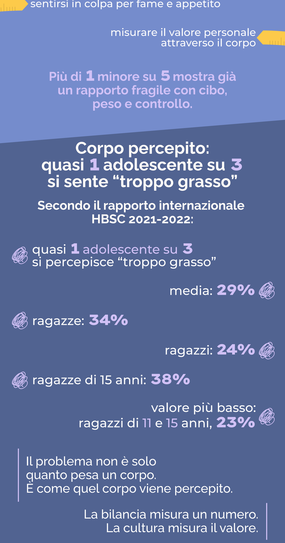
141 centri del Servizio Sanitario Nazionale

35 privati accreditati convenzionati

oltre **2.000** professionisti coinvolti

> Le punture dimagranti arrivano dentro una società che aveva già un problema con cibo, peso e immagine.

La nuova ossessione non nasce dal nulla. Trova un corpo sociale già ferito.



Prima della diagnosi: i segnali arrivano presto

Non tutti i comportamenti problematici diventano diagnosi. Ma molti segnali arrivano prima.

Tra bambini e adolescenti (6-18):

22,36% mostra segnali di disordered eating

ragazze: **30,03%**

ragazzi: **16,98%**

quota più alta con l'aumento dell'età e del BMI

Segnali tipici:

saltare pasti e controllare ossessivamente calorie e peso

compensare con esercizio fisico

provare vergogna dopo aver mangiato

eliminare cibi o gruppi alimentari

sentirsi in colpa per fame e appetito

misurare il valore personale attraverso il corpo

Più di **1** minore su **5** mostra già un rapporto fragile con cibo, peso e controllo.

Corpo percepito: quasi **1** adolescente su **3** si sente "troppo grasso"

Secondo il rapporto internazionale HBSC 2021-2022:

quasi **1** adolescente su **3** si percepisce "troppo grasso"

media: **29%**

ragazze: **34%**

ragazzi: **24%**

ragazze di 15 anni: **38%**

valore più basso: ragazzi di 11 e 15 anni, **23%**

> Il problema non è solo quanto pesa un corpo. È come quel corpo viene percepito.

La bilancia misura un numero. La cultura misura il valore.

Il corpo viene giudicato prima ancora di essere adulto.

Social e corpo: la copertina non finisce mai

Negli anni **'90**
il modello arrivava da fuori:
TV, riviste, moda, pubblicità.

Nel **2026**
il modello è sempre acceso:
smartphone, feed, filtri, video brevi,
creator, celebrity, prima/dopo.

In Italia, i dati più recenti raccontano un'esposizione ormai strutturale:

- **94%** dei minori tra 8 e 16 anni usa uno smartphone
- **68%** ne possiede uno personale
- **28%** lo ha ricevuto prima dei 10 anni
- **7** su **10** usano regolarmente social e piattaforme streaming
- **4** su **10** raccontano esperienze negative online
- tra i 14-15enni, il **28%** percepisce un uso eccessivo del digitale

La soglia d'ingresso si abbassa:

- tra i 6 e i 10 anni, il **32,6%** usa lo smartphone tutti i giorni
- nel 2018-2019 era il **18,4%**
- nel Sud e nelle Isole la quota sale al **44,4%**
- tra gli 11 e i 13 anni, il **62,3%** ha già almeno un account social
- il **31,3%** dei preadolescenti è online con gli amici più volte al giorno
- il **5%** è connesso continuamente

Prima la pressione arrivava
da TV e magazine.
Ora arriva da feed, filtri, creator, celebrity
e contenuti personalizzati.

**La copertina degli anni '90 era mensile.
Il feed del 2026 è infinito.**

Body positivity vs Ozempic era

Body positivity

- il corpo non deve meritare rispetto
- inclusione
- rappresentazione
- lotta allo stigma
- corpi diversi visibili
- critica alla magrezza obbligatoria

Ozempic era

- il corpo può essere corretto
- la fame può essere ridotta
- il peso può essere accelerato
- la trasformazione può essere mostrata
- la magrezza torna aspirazionale
- il controllo diventa desiderabile

Il messaggio non è più esplicito
come negli anni **'90**.

Non dice solo: "devi essere magra".

Dice:

- devi stare bene
- devi migliorarti
- devi prenderti cura di te
- devi ottimizzarti
- devi diventare la tua versione migliore

La lingua è più gentile.
La pressione resta.

Dalla vergogna esplicita
alla performance mascherata da cura.

EPOCA	Anni '90	Anni 2010	Estate 2026
CANALE	TV, moda, magazine	Instagram, campagne, attivismo	TikTok, celebrity, farmaci, medicina estetica
IDEALE	Magrezza estrema	Inclusione	Magrezza controllata
STRUMENTO	Dieta, palestra, rinuncia	Rappresentazione	GLP-1, monitoraggio, trasformazione
PRESSIONE	Verticale	Decostruita	Algoritmica
CORPO	Da guardare	Da accettare	Da ottimizzare

Il rischio vero: fai-da-te e mercato illegale

EMA e AIFA avvertono sul rischio di uso improprio e acquisti non autorizzati.

I GLP-1:

- richiedono prescrizione
- richiedono diagnosi
- richiedono monitoraggio
- non sono approvati per dimagrimento cosmetico
- possono generare carenze se usati fuori indicazione
- sono oggetto di falsificazioni e vendite illegali online

AIFA ha segnalato l'aumento di prodotti illegali venduti come GLP-1:

- semaglutide
- liraglutide
- tirzepatide

Canali più rischiosi:

- ⚠ siti non autorizzati
- ⚠ social
- ⚠ piattaforme online
- ⚠ mercato parallelo
- ⚠ vendita senza prescrizione

Cura o performance?

Le punture dimagranti non raccontano solo un farmaco.

Raccontano una società in cui:

- il corpo deve essere visibile
- la fame deve essere controllabile
- il peso deve essere misurabile
- la trasformazione deve essere rapida
- il risultato deve essere pubblicabile
- la salute rischia di confondersi con l'estetica

Il farmaco può essere cura.
Il trend può diventare pressione.

a cura dell’Ufficio Marketing dell’Università Niccolò Cusano

Fonti

Fonti:

https://www.poliambulatoriomodoetia.it/salute/ozempic-per-dimagrire-i-rischi/

https://www.fortuneita.com/2026/05/15/farmaci-anti-obesita-bo-
om-di-richieste-ai-medici-estetici-per-correggere-la-ozempic-face/

https://www.tgcom24.mediaset.it/tgcom-mag/ozempic-cos-e-farmaco-emma-marrone_111135978-202602k.shtml

https://www.rsi.ch/food/extra/curiosita-e-trend/L%E2%80%99e-
ra-Ozempic-in-pillola-quando-la-fame-si-controlla--3653796.html

https://www.corriere.it/sette/26_aprile_23/ozempic-semagluti-
de-femminismo-474a6912-1a70-4150-a497-f4332a78fxlk.shtml

https://www.geopop.it/cose-la-semaglutide-ozempic-e-come-fun-
zionano-i-farmaci-agonisti-glp-1r-per-diabete-e-obesita/

https://www.vanityfair.it/gallery/ozempic-face-perdita-peso-chirurgia-plastica

https://www.focus.it/scienza/salut

https://lespresso.it/c/salute/2026/1/13/ozempic-regione-lombardia-farmaci-prezzi-calmierati/59211

https://www.domusweb.it/it/notizie/2026/02/19/ozempic-estetica-magrezza-tiktok-instagram.html

https://dilei.it/vip/olivia-wilde-dimagrita-critiche-uso-ozempic-replica/2321320/

https://www.gente.it/people/gossip/a71001015/farmaco-ozempic-cos-e-come-funziona-effetti-collaterali/

https://www.geopop.it/limpatto-sociale-del-fenomeno-ozem-
pic-e-dei-farmaci-glp-1-da-cura-per-il-diabete-a-trend-tiktok/

https://www.marionegri.it/magazine/ozempic-semaglutide-farmaci-per-dimagrire-effetti-collaterali

https://www.fanpage.it/stile-e-trend/moda/effetto-ozempic-co-
me-la-ristorazione-sta-cambiando-rispetto-alle-nuove-abitudini-alimentari/

https://www.stateofmind.it/2023/09/ozempic-farmaco-diabete-dimagrire/

https://www.lastampa.it/cronaca/2025/11/18/news/farmaci_dimagrimento_online_ozempic_costi_rischi-15401032/

https://www.ilfattoquotidiano.it/2026/01/05/la-body-positivi-
ty-appartiene-al-passato-ora-ce-unossessione-culturale-per-la-magrezza-a-qualsiasi-costo-ozempic-ha-rivelato-un-cam
biamento-nei-nostri-valori-par/8245761/

https://www.ilmattino.it/lifestyle/persone/farmaci_per_dima-
grire_quasi_uccisa_sintomi_vomito_nausea_paralisi-9178582.html

https://www.ilpost.it/2026/03/30/effetti-psicologici-farmaci-dimagranti/

https://www.fanpage.it/stile-e-trend/benessere/ossessio-
ne-per-la-magrezza-nellera-ozempic-la-psicologa-malluzzo-si-pensa-che-il-valore-dipenda-dallaspetto-fisico/

https://www.menshealth.com/it/salute/benessere-psicofisico/a69135433/cosa-fa-ozempic-cervello/

https://www.farmacista33.it/farmaci/32866/farmaci-antiobesi-
ta-e-salute-mentale-effetti-psicologici-oltre-il-calo-di-peso-cosa-emerge-dai-nuovi-studi.h