Perché brindare quando puoi scrollare?

scritto da Veronica Zin | 24 Febbraio 2026

L’industria vinicola australiana registra un crollo delle vendite (-3% interno, -8% export) che va oltre salute ed economia. Il 43% della Gen Z soffre di solitudine e abbandona i momenti conviviali per gli schermi digitali. Il vino, bevanda di condivisione per natura, perde senso quando manca la presenza attiva e il tessuto sociale si sfilaccia.

L’industria vinicola australiana si trova a gestire una congiuntura complessa e paradossale perché l’eccesso di offerta globale di uve si scontra con una domanda interna ed estera in netta contrazione.

I dati dell’ultimo anno finanziario sono eloquenti: le vendite interne sono scese a 443 milioni di litri, segnando un calo del 3% e attestandosi su valori minimi che non si registravano

dal biennio 2007-08. Parallelamente, il fronte delle esportazioni ha subito una battuta d'arresto significativa, con una diminuzione del valore totale dell'8%, scendendo a 2,34 miliardi di dollari nel 2025.

Questa contrazione economica è principalmente alimentata dalla minore richiesta in mercati chiave come Cina, Stati Uniti e Regno Unito, dove le nuove politiche salutiste e il cambiamento delle abitudini sociali hanno ridotto drasticamente le occasioni di consumo.

Le cause del calo consumi che vengono descritte da tempo sono sempre le solite: attenzione alla salute e pressione economica.

Tuttavia c'è un ma: secondo l'articolo di news.com.au – **'Fraying of the social fabric': Lonely, isolated Gen Z driving fall in wine sales** – i giovani stanno perdendo l'abitudine di godersi lunghi pasti con gli amici davanti ad un bicchiere di vino perché stanno diventando sempre più poveri e isolati.

Perciò, limitare l'analisi del calo consumi alla sola pressione inflattiva o alle tendenze di astinenza come il "Dry July" fornirebbe una visione parziale del fenomeno. Un altro punto di riflessione ci viene dato dallo sfilacciamento del tessuto sociale occidentale. Il vino è, per sua natura ancestrale, una bevanda che richiede condivisione e tempi lunghi. **Il declino attuale riflette l'abbandono progressivo dei pasti lenti a favore di uno stile di vita veloce e dinamico.** Inoltre, i nuclei familiari composti da una sola persona continua a crescere in modo costante – dal 23% del 1985 al 28% del 2018 e si prevede di raggiungere il 35% nel 2050 –, un dato che si sposa con la solitudine che colpisce duramente la Gen Z.

Proprio i giovani tra i 15 e i 25 anni manifestano i segnali più evidenti di questo isolamento: uno studio dell'Università

di Sydney indica che il 43% di loro soffre di solitudine, con vite sociali che si spostano sempre più dietro gli schermi. Questa iperconnessione digitale, paradossalmente, crea un vuoto relazionale.

Come sottolineato in un nostro recente editoriale – Si beve meno vino o siamo noi a vivere meno? – la nostra società è iperconnessa ma profondamente sola. **Al vino manca oggi quel contesto umano che lo rende sensato, poiché la sua struttura è pensata per accompagnare le conversazioni e lo stare insieme, elementi che latitano quando tutti, a tavola, hanno il telefono in mano o a portata di mano.**

L'autore Robin Sharma, nel suo libro "La ricchezza che il denaro non può dare", offre un'altra prospettiva drastica illuminante su questo cambiamento. Sharma definisce i dispositivi digitali come congegni infernali e vere e proprie **armi di distrazione di massa**. L'autore parla anche di mancanza di rispetto e di scarsa capacità di essere presenti durante il pasto: Sharma, nel suo libro, afferma chiaramente che se l'interlocutore con cui si trova a condividere un pasto preferisce usare il telefono – anche solo per un messaggio – alla conversazione, il valore dell'incontro svanisce e Robin Sharma non vorrà più avere tale interlocutore nella propria vita.

Immaginate di essere ad un tavolo con i vostri amici davanti ad un bicchiere di vino. Uno di loro scrive su Whatsapp, un altro fa foto da pubblicare su Instagram e l'altro ha il telefono rivolto a faccia in su sul tavolo (pure poco igienico, per altro). Qual è il grado di presenza conviviale che si percepisce?

Il vino è un facilitatore di relazioni e di connessioni: **in questi scenari di condivisione solitaria una bottiglia di vino, così come un bicchiere di birra o un cocktail, perdono di essenza e di scopo**. Se si esce per stare insieme e per bere qualcosa insieme e manca proprio la componente dell'insieme,

forse, sì, è meglio starsene a casa e risparmiare (visto anche la situazione di pressione economica che stiamo vivendo).

Allora ci domandiamo: **perché i consumatori oggi preferiscono lo schermo di uno smartphone al racconto con gli amici davanti ad un calice di vino?**

E, soprattutto, chiediamo: **come riportare l'attenzione sulla presenza attiva e sulla condivisione vera di un pasto insieme ad una bottiglia di vino piuttosto che sulla solitudine delle serate passate a scrollare sul telefono?**

Punti chiave

1. **Vendite di vino australiano in calo**: -3% interno (443 milioni litri), -8% export (2,34 miliardi dollari 2025).
2. **Gen Z e solitudine:** il 43% dei giovani 15-25 anni soffre di isolamento secondo l'Università di Sydney.
3. **Nuclei familiari monocomponente in crescita**: dal 23% (1985) al 28% (2018), verso il 35% nel 2050.
4. **Il vino perde contesto:** richiede condivisione e tempi lunghi, incompatibili con vita digitale e isolamento sociale.
5. **Smartphone come armi di distrazione:** Robin Sharma definisce i dispositivi digitali nemici della presenza attiva a tavola.