

La mia “illuminazione” sui giovani della GenZ

scritto da Fabio Piccoli | 17 Ottobre 2024



La Generazione Z si mostra sempre più distaccata dal vino e dai valori trasmessi dalle generazioni precedenti. Questo articolo riflette su come la costante diffidenza dei giovani verso il mondo che erediteranno influisca anche sul loro consumo di vino. Per creare un legame con i giovani, dobbiamo desacralizzare il vino e guadagnare la loro fiducia.

Da oltre dieci anni inseguo marketing dell'agroalimentare in alcune ITS Academy italiane (Istituti tecnologici superiori). Si tratta, in estrema sintesi di corsi post diploma nati con lo specifico obiettivo di creare **percorsi formativi più coerenti agli attuali fabbisogni del mondo delle imprese**.

Devo ammettere che, pur nelle difficoltà, questi corsi in questi anni mi hanno anche consentito di selezionare

interessanti profili professionali da indirizzare in alcune imprese del vino e molti che oggi collaborano con Wine Meridian provengono da quella esperienza formativa.

Ma non è del ruolo delle ITS Academy su cui mi voglio soffermare in questo mio editoriale ma **cosa ho appreso io dai giovani che frequentano questi corsi** che nella quasi totalità appartengono alla cosiddetta **Generazione Z**, in gran parte tra i 19 e i 22 anni di età.

Leggi anche: [La coda di paglia del comparto del vino](#)

In quasi tutti i miei anni di insegnamento con loro mi sono relazionato come il **docente "boomer"** disinteressato alle loro modalità di apprendimento, ai loro valori, ma completamente concentrato nel trasferire le **informazioni** provenienti dai mercati del vino, dei **fabbisogni** delle imprese vitivinicole.

L'anno scorso sono però entrato in crisi perché mi sono reso conto che questa modalità didattica otteneva solo **parzialmente i risultati** che mi ero prefissato e cioè di formare figure professionali utili alle imprese del vino. Certo qualcuno, come sottolineavo all'inizio, sono riuscito a "convincerlo" delle opportunità professionali oggi offerte dal mondo del vino ma c'era sempre qualcosa che mi lasciava perplesso con un sottile senso di disagio.

E finalmente all'inizio dei corsi di quest'anno è arrivata la risposta al mio disagio e non nego che è stata una sorta di pugno nello stomaco.

Posso sintetizzare così la risposta: **non sono riuscito a trasferire in maniera efficace tutto il mio "sapere", le mie "conoscenze" perché loro non si fidano di me.**

Non è stato facile per me riconoscere questo grave limite. In fin dei conti mi veniva molto più facile considerarli dei giovani semplicemente **diversi dalle generazioni che li hanno preceduti**, disinteressati a gran parte dei nostri valori a

partire dal “sacro valore del lavoro”.

Questo atteggiamento mi ha portato negli anni a diventare quasi **cieco nei confronti dei giovani**, a non vederli quasi più, ad entrare in classe o in qualsiasi contesto in cui erano presenti e praticamente non considerarli. Della serie: ok, **ho ben compreso che non ve ne frega nulla di quello che dico o penso, ma questo vale anche per me.**

Una sorta di rivalsa stupida da qualsiasi punto di vista la si voglia vedere.

Me ne scuso con tutti coloro che in qualche modo l'hanno subita.

Ma oltre le scuse cosa potevo fare?

Nella prima lezione di quest'anno ho così esordito davanti ad una classe del secondo anno ITS che mi appariva già disinteressata prima ancora che io avessi pronunciato una parola: **“siete la generazione più libera che almeno la storia moderna abbia mai avuto. Non è che non crediate a nessuno dei valori del passato, il punto è che non vi fidate di chi ve li vuole trasmettere. E avete ragione da vendere perché la credibilità di chi vorrebbe insegnarvi qualcosa è totalmente delegittimata dalla realtà attuale dei fatti. Vi stiamo dando in eredità un mondo sbagliato e voi giustamente vi ribellate a tutto ciò e lo fate esprimendo una costante diffidenza”.**

Ecco la **“costante diffidenza”** rappresenta per la Generazione Z quello che le scuole occupate, le contestazioni in piazza erano l'espressione del dissenso della mia generazione, quella dei sessantenni di oggi tanto per intenderci.

Ma se il dissenso palesato, manifestato, è facile da riconoscere, **la diffidenza risulta molto più difficile da decifrare perché si esprime con il silenzio.**

Provate a chiedere ad un ventenne di oggi cosa vorrebbe per il

suo futuro, quali sono le sue maggiori ambizioni, nella maggioranza dei casi non avrete una risposta, se non una decisamente **astratta, vaga**.

Io ho compreso che questo “silenzio” è in gran parte da ascrivere alla **diffidenza nei confronti di un mondo in cui non si riconoscono per nulla**.

Si riconoscono così poco nella realtà attuale che li porta ad estraniarsi e quindi, almeno dal mio modesto punto di vista, se vogliamo essere “ascoltati” dobbiamo necessariamente **fare in modo che si fidino di noi**.

Ma cosa c'entra tutto questo con l'attuale scarsa propensione dei giovani al consumo di vino?

Secondo me moltissimo perché **il vino è uno dei principali simboli atavici del passato**. Il prodotto amato soprattutto da quelle generazioni che suscitano appunto diffidenza ai giovani di oggi.

Leggi anche: [Perché un giovane smette di bere vino](#)

Possiamo allora noi “boomer” essere **testimonial attendibili** per un consumo consapevole di vino ai giovani venti/trentenni di oggi?

La risposta **non può non essere un lapidario no.**

Qualcuno potrebbe obiettare che questo valeva anche nel passato ma invece io ritengo che questo muro generazionale questa volta sia **molto più radicale** rispetto alle diversità precedenti.

La mia generazione, tanto per intenderci, ha vissuto conflitti potenti con i “padri” ma non è **mai venuta meno la fiducia nei loro confronti**, anzi li combattevamo proprio perché ci sembravano troppo forti e invasivi.

Oggi, invece, nella diffidenza dei giovani leggo la **debolezza dei "padri"**. E come dar loro torto.

Per questo penso, pur non avendo una ricetta pronta, che se vogliamo trovare una comunicazione del vino coerente alla lingua attuale dei giovani **dobbiamo riconoscere le nostre fragilità e non nasconderle**.

Dobbiamo pertanto metterci al loro **ascolto**, metterli nelle condizioni che **possano fidarsi di noi, accettare senza scandalizzarci che per loro il vino non è una bevanda "totemica" come per noi "vecchi" ma semplicemente una bevanda come tante altre**.

Il vino potrà diventare per loro una bevanda prediletta, quindi, solo se noi **accetteremo di desacralizzarla**, di non farla apparire come il nettare degli Dei bensì un semplice ma ideale **strumento di piacevolezza** per migliorare la qualità della vita, **per regalare indimenticabili momenti di convivialità**.

Punti chiave:

1. La Generazione Z diffida delle generazioni precedenti e del loro messaggio, incluso il consumo di vino.
2. La diffidenza si esprime attraverso il silenzio e la disconnessione dai valori tradizionali, rendendo difficile stabilire un dialogo.
3. Per avvicinare i giovani al vino, è necessario desacralizzarlo e presentarlo come una semplice bevanda di piacere.
4. La fiducia e l'ascolto sono fondamentali per coinvolgere le nuove generazioni nel mondo del vino.