

Fenomeno “wine rave”: come la GenZ sta scoprendo il vino

scritto da Emanuele Fiorio | 9 Luglio 2024



Negli ultimi anni, una nuova tendenza sta prendendo piede tra le giovani generazioni nelle principali città europee e globali: i **“wine rave”**. Questo innovativo mix tra la cultura del vino e quella dei rave sta ridefinendo il modo in cui i giovani scoprono e apprezzano il vino, attraverso **un’esperienza vivace e coinvolgente, lontana dalle tradizionali degustazioni.**

Uno dei principali promotori di questa scena emergente è l’azienda sudafricana **New Theory**, fondato dai fratelli Charlie e Thom Bradley.

Sul loro sito si descrivono in questo modo: “Charlie e Thom Bradley sono due fratelli con una missione: abbattere le barriere intorno al mondo del vino”.

I Bradley hanno deciso di rompere con i consueti schemi delle degustazioni di vino, optando per eventi coinvolgenti e dinamici. La loro produzione si concentra su vini sudafricani a basso intervento, “creati sia per i pavimenti appiccicosi delle piste da ballo che per le tavole illuminate dalle candele”, disponibili presso rivenditori come Selfridges, nota catena britannica di grandi magazzini. Tuttavia, il vero **elemento distintivo di New Theory è l'introduzione dei “wine rave”**.

Immaginate un magazzino nel vivace quartiere di **Hackney a Londra**, in cui risuonano le performance di DJ locali, luci al neon e una folla pronta a ballare tutta la notte, anziché un location chic con la consueta disposizione di bicchieri, sputacchiere e taglieri.

Possono piacere o non piacere ma **i wine rave offrono un'esperienza vivace, immersiva e attirano un pubblico giovane**, desideroso di esplorare il vino in un contesto decisamente non convenzionale.

Il primo wine rave di New Theory si è tenuto l'anno scorso, con un prezzo accessibile di 26 sterline che comprendeva un bicchiere di vino, cibo e naturalmente la musica. L'evento è stato un tale successo che il noto quotidiano britannico “The Times” lo ha definito uno dei “must” dell'estate. Considerando il riscontro positivo, non sorprende che i produttori intendano riproporlo quest'anno.

Ciò che accade a Londra spesso trova riscontro oltreoceano, e il fenomeno dei wine rave non fa eccezione. A **New York**, i cosiddetti “wine jockeys” stanno scuotendo la scena, club che un tempo servivano esclusivamente birre e cocktail, ora offrono esperienze enologiche particolari e curate. **Bêvèrăgeș organizzatore di “wine party” newyorchese**, mira a introdurre i clubber ai piaceri del vino, offrendo un'alternativa alle bevande standard da discoteca.

Nessuna scena rave sarebbe completa senza **Berlino**, e infatti la capitale tedesca ha accolto con entusiasmo la tendenza dei wine rave. Conosciuta per la sua leggendaria scena legata ai club, Berlino **ospita ora wine raves** che attraggono sia amanti del vino che appassionati di musica elettronica. Un produttore ha persino chiamato "Berghain" il suo Riesling, in onore del famoso club berlinese.

Anche l'**Australia** sta abbracciando questa tendenza con Wine Machine, un **festival che da un rilassante ritrovo diurno si trasforma in una festa notturna**. Questo evento punta a valorizzare e far conoscere le principali regioni vinicole australiane attraverso le performance di musicisti locali e offrendo un mix unico di piaceri sensoriali.

I wine rave continuano ad acquisire popolarità e stanno ridefinendo il modo in cui la generazione più giovane si avvicina al vino. Unendo l'energia di un rave con il piacere di una degustazione, questi **eventi offrono una porta di ingresso eccitante e accessibile al mondo del vino per la Generazione Z**. Che sia in un magazzino a Londra, un club a New York o un vigneto in Australia, i wine rave si stanno affermando come il modo più innovativo per gustare un bicchiere e per **trasformare il vino in un prodotto divertente e accessibile**, lontano dalla classica percezione elitaria e impegnativa. Una possibilità che i produttori italiani dovrebbero tenere in considerazione.