

Gen Z, la generazione che beve...ma non vino?

scritto da Veronica Zin | 22 Luglio 2026



Uno studio IWSR ribalta la narrazione della Gen Z astemia: il 74% dei giovani in età legale beve alcolici, quasi quanto l'intera popolazione adulta, mentre i Baby Boomer registrano il calo più marcato. Ma se il consumo alcolico regge, i dati lasciano aperta una domanda cruciale: quanto di quel consumo appartiene ancora al vino?

Abbiamo già affrontato più volte il tema della Generazione Z astemia, provando a verificare se la narrazione che si trova spesso sui media rappresentasse la realtà effettiva.

In un recente articolo abbiamo, infatti, chiesto a Cristina Liverani e Chiara Ferrari di Ipsos se la colpa attribuita alla Gen Z di aver “ucciso” il consumo di vino fosse una stigmatizzazione ciclica o un reale cambio di paradigma.

Leggi anche: ["Il vino paga il conto di un rito di passaggio, non della Gen Z"](#)

La risposta è che sicuramente c'è una componente ciclica che porta le nuove generazioni ad essere etichettate come "colpevoli di" da chi le precede. Tuttavia, è stato rilevato che **il consumo tra i giovani resta più alto rispetto ai Millennial alla stessa età.**

Tradotto: la Gen Z, in realtà, beve nonostante dimostri tendenze di consumo diverse dalle generazioni che l'hanno preceduta.

A tal proposito, un articolo di The Drinks Business, [IWSR: Gen Z moderation 'myth' debunked](#), spiega che, secondo una ricerca di IWSR, **il 74% dei consumatori Gen Z in età legale per bere, in un'indagine condotta su 15 mercati chiave, dichiara di consumare alcolici**, un dato quasi identico al 76% registrato sul totale della popolazione adulta. Tre anni fa, la stessa percentuale si fermava al 66%. Marten Lodewijks, presidente e managing director di IWSR, non usa mezzi termini: la narrazione della Gen Z come "generazione della moderazione" sarebbe ormai "conclusivamente smentita".

E se non sono i giovani a bere meno, chi è rimasto a bere meno di tutti?

I Baby Boomer, con una partecipazione al consumo del 71%, in calo di due punti percentuali negli ultimi tre anni, il tasso più basso di qualunque generazione. Sono anche il gruppo con il minor numero di occasioni di consumo e con la media di bicchieri più bassa per occasione, appena 2,6. A guidare la classifica dei bevitori restano i Millennial, all'81%, seguiti dalla Gen X al 77%. "Il calo dei Boomer andava avanti da anni", ha dichiarato Lodewijks, "ma i dati mostrano flessioni più marcate del previsto su tutte le metriche principali. Se il trend continua, potrebbero essere i Boomer, non la Gen Z, a meritarsi il titolo di 'generazione della moderazione'."

Il punto, però, non è soltanto che la Gen Z beve quanto gli altri, è che beve diversamente. Un dato IWSR Bevtrac, [Generation game: are younger LDA consumers becoming more selective in their drinking habits?](#), relativo a settembre 2025 su 15 mercati, conferma la tenuta della partecipazione Gen Z, stabile rispetto all'anno precedente, superiore rispetto a settembre 2023, ma segnala al tempo stesso un restringimento nei repertori di consumo: **il numero medio di categorie di bevande consumate per occasione è sceso da 2,8 a 1,8 nel giro di due anni.**

Tradotto, ancora una volta: meno mix, meno sperimentazione nella stessa serata, più selettività su cosa bere e quando.

Anche il fronte dell'astinenza temporanea, terreno su cui la Gen Z era stata incoronata pioniera del "sober curious", mostra segnali di raffreddamento. Nei 15 mercati monitorati, il 53% dei consumatori Gen Z dichiara di essersi astenuto dall'alcol per un periodo, una quota comunque superiore alla media di tutte le età (39%), ma in calo significativo rispetto all'anno precedente. E le pause, quando ci sono, si accorciano: il 28% dei bevitori Gen Z ha dichiarato un'astinenza di un mese o più, contro il 30% di un anno prima.

Cosa resta, allora, della "generazione sobria"? Probabilmente meno di quanto la narrazione corrente lasci intendere. Restano invece consumatori più selettivi, più orientati al valore, più attenti (secondo Bevtrac il 49% dei Gen Z segue le linee guida governative sul consumo, la quota più alta tra tutte le generazioni) e più inclini a bere in compagnia: il 18% ha dichiarato che la propria ultima occasione di consumo ha coinvolto cinque persone o più.

Resta però una domanda che nessuno dei dati citati finora scioglie davvero. Il 74% di Gen Z che dichiara di consumare alcolici, quel dato quasi identico al resto della popolazione adulta, dice tutto sulla quantità di consumo, **ma non dice nulla sulla scelta di categoria.**

Se la narrazione da smontare era “la Gen Z non beve alcolici”, i numeri IWSR la smontano senza appello. Ma se la narrazione, più precisamente, era “la Gen Z non beve vino”, quella che avevamo già messo in discussione parlando con Ipsos, dove emergeva che a soffrire non è il consumo alcolico nel suo complesso ma il vino nello specifico, allora il discorso cambia, e non di poco.

Perché lo stesso studio Bevtrac che certifica la tenuta della Gen Z segnala anche che, tra tutte le fasce d'età, **sono proprio i più giovani a mostrare la maggiore propensione verso i cocktail**: l'84% ne ha consumato almeno uno negli ultimi sei mesi, la quota più alta di qualunque generazione. **Non emerge, invece, un dato equivalente sul vino.**

Quel 74% di Gen Z che beve, insomma, potrebbe benissimo essere lo stesso 74% che il vino lo sceglie sempre meno spesso, a favore di altro. La domanda giusta, forse, non è più “quanto beve la Gen Z”, perché a quello i dati hanno già risposto. **È: quanto di quel consumo, oggi, appartiene ancora al vino e quanto se n'è già andato altrove?**

Punti chiave

1. **Consumo stabile**: il 74% della Gen Z in età legale beve alcolici, quasi come il resto della popolazione adulta (76%).
2. **Baby Boomer i meno bevitori**: partecipazione al consumo al 71%, in calo di due punti percentuali negli ultimi tre anni.
3. **Repertori più ristretti**: le categorie di bevande consumate per occasione scendono da 2,8 a 1,8 in due anni.
4. **Sober curious in flessione**: solo il 53% della Gen Z ha dichiarato un periodo di astinenza, in calo rispetto

all'anno precedente.

5. **Il vino resta un'incognita:** i dati non chiariscono se la Gen Z scelga ancora il vino o si orienti sempre più verso i cocktail.