# Stevie Kim: “La GenZ non ci ascolta perché parliamo con i codici sbagliati”

scritto da Emanuele Fiorio | 22 Luglio 2026



*A Envisioning 2035 – Wine [R]evolution, Stevie Kim lancia un monito al settore vitivinicolo italiano: per intercettare la Generazione Z e i consumatori di domani è necessario abbandonare i vecchi schemi e il linguaggio del passato. Attraverso aneddoti provocatori, la Managing Partner di Vinitaly e Founder di Italian Wine Podcast traccia la rotta per una comunicazione democratica, semplificata e accessibile.*

Ad inizio giugno 2026, sulla Terrazza Belvedere di Palazzo Regione Lombardia a Milano, si è svolta la seconda edizione di **Envisioning 2035 – Wine [R]evolution**, l’evento ideato da Wine Meridian e sostenuto da FreedL Group per portare il dibattito sul vino italiano oltre la sola lettura della crisi, verso

priorità strategiche concrete in vista del 2035. Il direttore di Wine Meridian Fabio Piccoli ha guidato l'intera giornata attraverso dialoghi tra panelist chiamati a confrontare in modo diretto le proprie esperienze.

A chiudere gli interventi è stata **Stevie Kim**, Managing Partner di Vinitaly e Founder di Italian Wine Podcast, una delle voci più ascoltate a livello internazionale sul tema della comunicazione del vino italiano.

## "In sala non vedo molta Generazione Z"

Kim ha aperto il suo intervento con un'osservazione disarmante sulla stessa platea dell'evento: *"In Italia, ciclicamente **si discute del calo del vino, dei giovani, dei prezzi.** Io dico sempre la verità: noi siamo iper-prolifici nel comunicare, io stessa faccio un podcast tutti i giorni, nessuno lo fa al mondo. **Eppure, in questa sala, non vedo molta Generazione Z**".*

Da qui la critica più diretta del suo intervento, rivolta a un'intera narrazione che considera superata: *"Tutti continuano a dire: la Gen Z non beve vino, dobbiamo comunicare con loro. Dobbiamo contestualizzare: loro sono nati con lo smartphone in mano. **Se continuiamo a parlare con i mezzi di 50 anni fa**, dove c'era il gatekeeping delle informazioni, **stiamo sbagliando**".*

## L'aneddoto: Yquem servito con pollo arrosto

A rendere concreto il ragionamento, **Kim ha raccontato un episodio vissuto in prima persona** a Vinitaly, protagonista Lorenzo Pasquini, CEO di Château d'Yquem, 35 anni, italiano, a capo di una delle aziende più importanti del gruppo LVMH: *"Recentemente ho portato Lorenzo Pasquini a Vinitaly per una masterclass. Abbiamo fatto una degustazione di tre annate. Ma quello che è rimasto è che lui vuole puntare sull'abbinamento. Normalmente a cosa si abbina Yquem? Roquefort, foie gras, cose classiche. Lui ha detto: Cosa possiamo abbinare di diverso?".*

La risposta è arrivata da una pratica storica quasi dimenticata: *“Nel passato a Bordeaux si beveva Yquem con il pollo arrosto con le patate! E così ha fatto: ai sommelier ha servito pollo arrosto e patate. I sommelier erano sconvolti, ma alla fine della giornata* ***tutti parlavano di Yquem con il pollo arrosto****”.*

## Linguaggi diversi per pubblici diversi

Per Kim, l’episodio racchiude il principio che dovrebbe guidare oggi la comunicazione del vino: **la stessa esperienza richiede codici differenti a seconda del pubblico** a cui si rivolge. *“Se generi un’esperienza tecnica, lo fai per un pubblico iper-qualificato. Ma per i giovani, per il turista normale, la comunicazione e l’esperienza devono essere* ***decodificate e semplificate****, altrimenti si allontanano verso i cocktail, gli spirits o i ready-to-drink”.*

Una conclusione che, nelle parole di Kim, vale come monito per l’intero settore: *“Dobbiamo uscire dai vecchi schemi e usare nuovi linguaggi. Il mondo precedente non torna domani, bisogna adattarsi”.* Una frase che, ripresa più volte nel corso della giornata da altri relatori, ha finito per diventare uno dei fili conduttori dell’intera edizione 2026 di Envisioning 2035.

---

## Punti Chiave:

1. **Mancanza di coinvolgimento diretto:** Nonostante i continui dibattiti sul calo dei consumi e sulle nuove generazioni, la Generazione Z rimane fisicamente assente dai principali tavoli di discussione del settore.
2. **Superamento dei vecchi canali:** La Gen Z è nata con lo smartphone in mano; continuare a usare logiche di comunicazione basate sul vecchio gatekeeping informativo è un errore strategico.

3. **Rottura dei dogmi tradizionali:** L’aneddoto del grande vino d’eccellenza Château d’Yquem servito con pollo arrosto e patate dimostra la necessità di demistificare i rituali classici del servizio.
4. **Adattamento del linguaggio al target:** La terminologia tecnica e complessa deve essere riservata esclusivamente agli addetti ai lavori iper-qualificati.
5. **Semplificazione contro la concorrenza:** Per i giovani e i turisti comuni l’esperienza vinicola va decodificata e snellita, pena la perdita di quote di mercato a favore di cocktail, spirits e bevande ready-to-drink.