

E se oltre a non votare e non andare in chiesa i giovani non bevono vino?

scritto da Fabio Piccoli | 23 Maggio 2024



Ho letto con interesse l'[intervista](#) che il bravissimo Aldo Cazzullo ha fatto al noto cantante romano Ultimo sul Corriere della Sera di domenica 19 maggio.

In particolare mi ha fatto effetto la seguente affermazione di Ultimo: “Essere giovani oggi è **tremendo**. Perché sei senza punti di riferimento. Non conosco nessun ragazzo della mia età che vada a votare, e nessuno che vada in chiesa”.

In due righe tanto su cui riflettere e mi interessa poco oggi soffermarmi su quanto sia “statisticamente” attendibile la constatazione di Ultimo.

Certo le generalizzazioni sono sempre pericolose e per molti

aspetti sbagliate ma è altrettanto vero che il **malessere giovanile**, se così si può definire, è un dato ormai assodato e riconosciuto da osservatori ben più allargati rispetto al giovane cantautore romano.

Non mi voglio certo arrogare il diritto di ergermi a sociologo ma penso che sia interessante e utile porsi la seguente domanda: “Ma i giovani oltre a non votare più e non andare in chiesa hanno anche smesso di **bere vino?**”.

I [dati attuali](#) sui consumi di vino nel nostro Paese, e non solo, rispondono purtroppo affermativamente alla sopra citata domanda.

E se questo calo è evidente è importante chiedersi le **ragioni** e quindi le possibili, ammesso che ve ne siano, **soluzioni**.

Sinceramente non mi convince per nulla la consolazione di alcuni osservatori, addetti ai lavori che rispetto al tema “calo interesse dei giovani nei confronti del vino”, minimizzano affermando che “quando saranno più vecchi ne berranno di più”. A parte che non abbiamo certezze al riguardo, ma mi sembra sia una **risposta semplicistica** e anche pericolosa, rispetto ad un tema di grande importanza strategica per il futuro del nostro settore.

Ho provato quindi a riflettere se può esistere un nesso tra il **non votare**, il **non andare in chiesa** dei giovani e il loro **consumare meno vino**.

Certo è un esercizio un po' spericolato ma se non si rischia in fasi così rivoluzionarie mi chiedo quando farlo allora?

Prendo spunto da un'altra risposta di Ultimo su chi avrebbe la responsabilità di questa disaffezione dei giovani nei confronti, ad esempio, della politica: “Della politica. **La politica è scarsa**. Non parla ai ragazzi e non ci prova neppure. Non parla a me che ho 28 anni; figuriamoci a un diciottenne. Siamo stufi di questa spaccatura tra destra e

sinistra. Immagini quale effetto avrebbe un politico che dicesse: io non scelgo né la destra né la sinistra. Scelgo l'alto".

Non è una risposta demagogica quella di Ultimo ma una **constatazione** che obbliga quanto meno una seria riflessione.

E il nostro settore vitivinicolo riesce a parlare ai giovani, riesce ad essere interessante?

Ho superato i sessant'anni e sono sicuramente poco indicato a dare una risposta corretta ma ho una bella memoria dei miei vent'anni e onestamente questo modo di comunicare il vino mi avrebbe **annoiato** a morte.

E non ero un giovane qualunquista o dedito solo al divertimento, alle serate in disco e allo "scazzo" quotidiano, potrei quasi azzardare che ero un ventenne "impegnato".

Come ritengo vi siano oggi molti giovani impegnati e molto probabilmente in numero superiore rispetto alla mia generazione. Non è un caso, ad esempio, che un ventenne oggi ha una **sensibilità** decisamente **superiore** ad un boomer su temi come la sostenibilità, la salute, la parità di genere, il rispetto delle diversità.

La nostra era una generazione molto più legata alle ideologie ma spesso era il "partito" a darci le indicazioni mentre oggi le scelte dei giovani sono molto più "**libere**" e decisamente più "**eterogenee**" e difficili da catalogare.

Ed è proprio per questa eterogeneità, complessità del mondo giovanile che risulta incomprensibile comprendere le ragioni attuali di una comunicazione del vino così **monocorde**.

Il mondo del vino, quello degli addetti ai lavori, in qualche misura si comporta né più né meno di quella politica che tutt'oggi cataloga le persone o di **destra o di sinistra**.

Eppure se c'è un prodotto che sarebbe in grado di parlare

tante **lingue**, con tantissimi sfumature diverse, quello è proprio il vino.

Prendendo ancora spunto dalla musica nei giorni scorsi sono stato trascinato da mia figlia dodicenne al concerto di Mahmood. Temevo di essere il più anziano e invece, con grande e piacevole sorpresa mi sono trovato di fronte ad un **pubblico assolutamente eterogeneo** dove ragazzini adolescenti si mescolavano anche con non pochi boomer ben più vicini a me che a loro.

Mi sono allora chiesto cosa potesse avvicinare così tante generazioni diverse un artista come Mahmood?

La risposta mi è venuta facile: **la verità nei suoi testi**, l'essere quindi credibile, autentico, unico.

Tutte cose che purtroppo oggi **mancano** nella comunicazione del vino, delle imprese del vino, dei territori del vino omologati in una litania ripetitiva, simile allo stesso format che ha svuotato le chiese.

Ma se penso a quante storie vere potrebbero raccontare le nostre aziende del vino e che potrebbero essere veramente attrattive a giovani e a meno giovani, allora mi sento ottimista e penso che scrivere oggi i nuovi contenuti comunicativi del vino all'insegna della **verità** sia la sfida più bella ed entusiasmante che si possa affrontare.