Se vuoi vendere vino ai giovani, smetti di parlare di vino (per un attimo)

scritto da Redazione Wine Meridian | 9 Giugno 2025



I giovani non si allontanano dal vino, ma manca un contesto adatto a loro. L'enoturismo emerge come strumento chiave per creare esperienze autentiche, sociali e rilassate. Serve una comunicazione meno tecnica e più emozionale per abbattere la barriera culturale e avvicinare la Generazione Z al mondo del vino.

Non è un paradosso. È una strategia. Se vuoi davvero conquistare la Generazione Z, **devi iniziare da quello che viene prima del calice**: l'esperienza, il contesto, la socialità. La vera barriera oggi non è il vino ma l'assenza di momenti in cui berlo insieme. Ecco il primo dato da fissare: **il vino è aggregazione, ma i giovani oggi si aggregano sempre**

meno.

Il vero problema? I giovani non si incontrano più

Sembra assurdo, ma è così. Oggi i ventenni passano ore su chat e social, ma **si vedono meno, si ritrovano meno, condividono meno momenti reali.** E se non c'è occasione, non c'è nemmeno occasione per il vino. È come avere un bellissimo pianoforte, ma nessuno che voglia suonarlo.

Allora forse dobbiamo cambiare punto di vista. Non chiederci più "perché non bevono vino?", ma **"cosa possiamo fare noi per creare occasioni di incontro che rendano naturale bere vino?"**

L'enoturismo è la nostra arma segreta

Sì, l'enoturismo può essere il ponte più efficace tra vino e giovani. Perché racchiude esattamente quello che loro cercano: esperienze, contesti rilassati, contatto con la natura, autenticità. È un pretesto per stare insieme, **ma anche per imparare, scoprire, divertirsi.**

Lo abbiamo visto anche nei dati raccolti dai nostri studenti nei campus e nei percorsi formativi: quando si chiede ai giovani cosa pensano del vino, le prime parole che emergono sono "condivisione", "natura", "relax". **Tutto ciò che l'enoturismo può offrire in modo potente.**

Leggi anche: Generazione Z e vino: la rottura silenziosa che non possiamo più ignorare

Il vino è percepito come snob. E spesso, lo è stato

C'è un problema culturale, però, che va affrontato. Molti giovani vedono il vino come **un prodotto elitario, difficile, da esperti.** E questa percezione non nasce dal nulla. È il

frutto di decenni di comunicazione autoreferenziale, tecnica, a volte persino giudicante.

Ecco allora che, se davvero vogliamo accogliere i giovani, **dobbiamo abbattere questo muro.** Basta linguaggi complicati, basta degustazioni fatte con parole che bloccano invece di avvicinare. Serve un cambio radicale: più emozione, meno presunzione. Più ascolto, meno spiegazione.

Dobbiamo diventare creatori di occasioni, non solo produttori di vino

Questa è la missione, anzi: **la rivoluzione culturale** che ci aspetta. Se vogliamo intercettare la Gen Z, dobbiamo agire nel nostro piccolo, creando eventi, format, contenuti, idee che **favoriscano l'aggregazione.**

Può essere una serata chill in cantina con musica e panini gourmet. Una caccia al tesoro in vigna. Un picnic con degustazione informale. Un mini festival con talk, arte, vino e creatività. Non servono grandi budget: **serve visione e voglia di cambiare.**

La domanda vera è solo una: cosa posso fare io, qui e ora?

Leggi anche: Perché la Gen Z beve meno alcol? Una questione di soldi, tecnologia e identità

Hai perso il corso sulla generazione z?
Nessun problema: puoi acquistare la registrazione e guardarlo quando vuoi, ovunque tu sia.

Clicca qui!

Scarica gratuitamente il report "Focus Generazione Z" di Wine Suite. Troverai dati su comportamenti di prenotazione e visita dei giovani nelle cantine italiane, strategie operative per coinvolgere davvero la Gen Z e molto altro.

Scaricalo qui: https://winesuite.divinea.com/it/report-gen-z

Punti chiave

- **I giovani non** si allontanano dal vino, ma mancano occasioni reali di incontro e socialità.
- **L’enoturismo è** la chiave per creare esperienze autentiche e rilassate che attraggono i giovani.
- **La percezione snob** del vino deriva da comunicazioni troppo tecniche e autoreferenziali.
- **Serve un** cambio radicale: più emozione, meno spiegazione, più aggregazione.
- **La vera sfida** è creare eventi e momenti che favoriscano la socialità e la condivisione.