GenZ: la generazione del futuro

scritto da Agnese Ceschi | 21 Novembre 2022



Chi lo dice che il vino è un mondo solo per “vecchi”? Si è parlato molto di nuove generazioni durante lo scorso wine2wine, ma tra tutte la più nominata è stata sicuramente la Generazione Z, la fascia di consumatori under 25 che inizia ad affacciarsi sul panorama enologico made in Italy e che sta attirando ormai più attenzione dei Millennials. Una cosa ce la siamo portata a casa da questo wine2wine ed è che questa generazione di consumatori è sicuramente di grande interesse per il business del vino che vuole guardare con lungimiranza e prepararsi alle evoluzioni future.

Secondo un sondaggio realizzato da **Agivi**, l’Associazione dei giovani imprenditori vinicoli italiani di Unione italiana vini, che ha coinvolto oltre il 65% degli associati, **8 giovani viticoltori su 10 hanno riscontrato la presenza della GenZ tra**

i clienti, dimostrandosi dunque un segmento di mercato di cruciale importanza per il futuro delle aziende. Il futuro è già quasi realtà.

Tra i vari esponenti delle nuove generazioni protagonisti sui palchi delle conferenze, ci hanno colpito i fratelli **Tommaso e Alvise Canella**, rispettivamente un Millennial e un GenZ. I due fratelli, attivi nell'azienda di famiglia Bellini Canella, si sono confrontati in un interessante dibattito dove hanno raccontato in cosa queste due generazioni si differenzino e in cosa siano simili.

Chi siano i Millennials è stato già esplorato in lungo ed in largo, ora è venuto il momento di chiedersi **chi è il consumatore GenZ?** "È un *multitasker*, nato in un mondo tecnologico, estremamente social e in costante *overflow* informativo, che pretende autenticità e attenzione, ma che si dimostra anche molto preoccupato e coinvolto in questioni sociali, soprattutto il mondo della sostenibilità e le tematiche green" spiega Alvise.

Sicuramente entrambe le generazioni apprezzano un **linguaggio colloquiale ed energico** sopratutto per quanto riguarda il mondo dei social media, dove i GenZ passano gran parte del loro tempo e da cui traggono informazioni preziose.

"Queste due generazioni possono coesistere nel **mondo social**, anche se hanno **preferenze diverse**" racconta Tommaso. "Mentre i Millennials passano mediamente più tempo su Instagram, i GenZ hanno eletto TikTok come social preferito. Anche se tecnicamente sono due canali diversi. I **Millennials vogliono imitare ciò che vedono**, per questo preferiscono il mondo più costruito di Instagram, invece i **GenZ usano i social come mezzo per informarsi**, cercano esperienza ed energia".

"Se devo dire una cosa brutta su TikTok – conclude Tommaso – non vince chi ha ragione, ma chi lo dice in modo più convincente per questo noi produttori nel comunicare il nostro

prodotto dobbiamo puntare sui nostri punti di forza”. “Sì, ma sempre con grande autenticità, istruendo in modo energico, senza stancare” ribatte Alvise.