

# Alcolici, GenZ e astinenza: in vetta Giappone, USA e Canada

scritto da Emanuele Fiorio | 13 Luglio 2024



Negli ultimi anni, la Generazione Z ha dimostrato un approccio radicalmente diverso al consumo di bevande alcoliche rispetto alle generazioni precedenti. I dati IWSR evidenziano come una **parte significativa dei giovani stia evitando del tutto gli alcolici**, con variazioni notevoli tra i diversi mercati.

“Una proporzione sorprendentemente grande di giovani dichiara di non consumare alcolici” afferma Richard Halstead, COO di IWSR Consumer Research. “Soprattutto in Giappone e Nord America, ma la tendenza alla moderazione è prevalente anche in altri mercati in Europa, Asia e Oceania”.

Tra i 15 principali mercati analizzati (Australia, Brasile,

Canada, Cina, Francia, Germania, India, Italia, Giappone, Messico, Sud Africa, Spagna, Taiwan, Regno Unito, Stati Uniti), il Giappone mostra il più alto livello di astensione tra i consumatori della Generazione Z (18-26 anni), il 63% afferma di non aver consumato alcol negli ultimi sei mesi. Seguono gli Stati Uniti con il 54% e il Canada con il 44%. In tutti e tre i casi, i livelli di astensione sono superiori a quelli della popolazione adulta complessiva dei rispettivi mercati.

## Nuove preferenze di consumo

Per quanto riguarda i consumatori della Gen Z, il loro comportamento sta mutando. Sono poco rappresentati nelle categorie tradizionali e ad alto volume come birra e vino e preferiscono i RTD (ready-to-drink), cocktail a base di distillati bianchi e liquori.

I dati IWSR mostrano che i giovani della GenZ sono i principali consumatori di cocktail in mercati come India, Messico, Sud Africa, Brasile, Stati Uniti e Italia. A differenza dei Millennials, i quali preferiscono i cocktail a base di whisky, i consumatori della Generazione Z mostrano una preferenza più forte per i cocktail a base di distillati bianchi.

In Europa, le tendenze sono disparate ma significative. In Francia, Germania e Italia, i GenZ stanno riducendo i volumi di consumo di alcolici e cercano maggior valore. In Spagna, la spesa è rimasta stabile, mentre nel Regno Unito si è registrato un calo generale, ad eccezione delle bevande "sociali" come champagne e vodka.

In Asia, il comportamento della Generazione Z rispecchia maggiormente quello del mercato generale, con volumi e valori in aumento in Cina, India e Taiwan. In Cina, la GenZ sta consumando più birra, vino di prugna, huangjiu (vino di riso), vino d'uva e whisky americano, mostrando segni di

allontanamento dalla categoria del baijiu, l'acquavite tradizionale cinese.

“Vale la pena notare che è ancora presto per valutare precisamente il comportamento dei consumatori della Generazione Z nel mercato delle bevande alcoliche e sarà necessario un monitoraggio continuo del loro comportamento per vedere come evolveranno i loro gusti,” commenta Halstead. “Tuttavia alcuni dei loro comportamenti, come la **riduzione della quantità di alcol consumato e le preferenze per cocktail e bevande premium**, sono evidenti anche nella generazione precedente dei Millennials”.

Questi cambiamenti indicano un panorama emergente in cui **i produttori** di bevande alcoliche dovranno probabilmente rivolgersi maggiormente verso **opzioni premium, a basso o zero contenuto di alcol, presentate in packaging ricercati e creativi**. Al contrario, le aziende potrebbero trovare meno redditizio puntare su prodotti di massa a basso valore, a meno che non siano in grado di garantire il prezzo più basso o abbiano una forte presenza di mercato tra le fasce di pubblico più anziane.