

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.