

Le nuove generazioni tra consumo e cultura del vino

I GIOVANI SCELGONO UN COCKTAIL

Il vino alla prova delle
nuove abitudini di
consumo



GIOVANI E NUOVE ABITUDINI: IL COCKTAIL AL CENTRO

02

Cocktail e drink misti dominano nel fuori casa;
il vino fermo resta più marginale

24%

Cocktail & Spiriti

16%

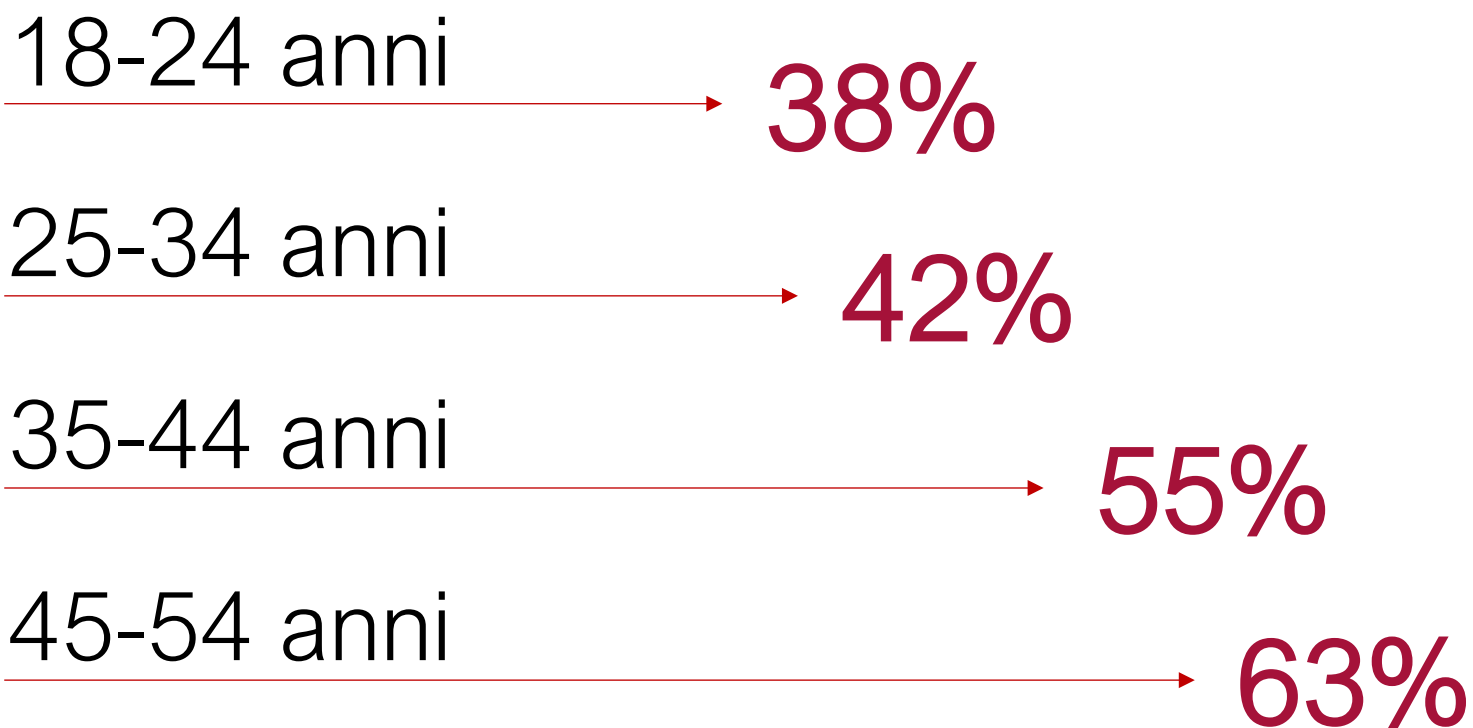
Bollicine

13%

Vino fermo

IL VINO TRA LE GENERAZIONI

I giovani bevono vino meno frequentemente rispetto alle generazioni più mature



03



04

PERCHÉ I GIOVANI SCELGONO UN DRINK



Cocktail & Spiriti

- Estetica e visual appeal
- Socialità e condivisione
- Immediatezza del gusto
- Identità e stile personale

Vino

- Qualità e ricercatezza
- Tradizione e cultura
- Consumo strutturato
- Abbinamento con il cibo

05

PERCHÉ IL VINO FATICA A DIALOGARE CON I GIOVANI



Il vino investe molto sul piano tecnico,
meno su quello simbolico

Piano TECNICO

- Vitigni e disciplinari
- Qualità enologica
- Sostenibilità produttiva
- Certificazioni e premi

—
DISTANZA PERCEPITA
—

Piano SIMBOLICO

- Identità e appartenenza
- Emozione ed esperienza
- Convivialità e narrazione
- Accessibilità percepita

→ La percezione di complessità allontana i giovani: meno tecnico, più storia e emozione

06

TRADIZIONE E CONTEMPORANEITÀ

IL ROSATO PUGLIESE

Un linguaggio accessibile
e radicato nella tradizione
territoriale del Sud Italia



Radicamento territoriale

Identità pugliese riconoscibile e autentica



Immediatezza e versatilità

Accessibile anche ai nuovi consumatori



Funziona con i giovani

Nei nuovi mercati, fuori dai contesti classici



Lezione di crescita

Identità + contemporaneità = riconoscibilità

07

SFIDE ATTUALI: DOVE IL VINO FATICA ANCORA



Linguaggio tecnico

01

Il settore parla prevalentemente di vitigni, disciplinari e premi — non di emozioni o storie di vita

Tavola formale

02

Il consumo è ancora percepito come legato a contesti strutturati, lontano dalla spontaneità giovanile

Comunicazione di prodotto

03

Centrata su denominazione e varietà più che sull'esperienza emotiva e sensoriale

Competizione urbana

04

I cocktail dominano il fuori-pasto cittadino: socialità, estetica, accessibilità immediata

NON È GENERAZIONALE, È CULTURALE

08



I giovani non rifiutano il vino:
non si sentono ancora interpellati.

 **Accessibilità**

Un linguaggio che non richieda formazione preventiva

 **Flessibilità**

Esperienze adattabili a diversi contesti e momenti

 **Coerenza valoriale**

Sostenibilità, artigianalità, filiera trasparente

 **Scatto culturale**

Il settore deve muoversi sul piano simbolico, non solo tecnico

LA SFIDA PER IL FUTURO

La sfida non è qualità vs accessibilità
ma tradizione vs contemporaneità

08

TRADIZIONE ↔ INNOVAZIONE



*"Vogliamo difendere
un codice o guidare
una nuova stagione
del vino?"*



Dario Stefàno

Firenze, 13 marzo 2026

Grazie