La Gen Z non rinuncia alla convivialità: cambia il contenuto del bicchiere

La Gen Z beve meno alcol, ma non rinuncia a uscire. È questo il messaggio che emerge dall'analisi rilanciata da Beverfood, secondo cui il fenomeno della sober curiosity non coincide con un rifiuto della socialità, bensì con una trasformazione delle occasioni di consumo. Mocktail, drink low e no alcohol e nuove esperienze di degustazione stanno diventando strumenti per partecipare alla vita del locale senza che l'alcol rappresenti necessariamente il centro dell'esperienza. Il dato è importante perché corregge una delle interpretazioni più diffuse degli ultimi anni. Il problema non è che i giovani abbiano smesso di frequentare bar e ristoranti, ma che cercano motivazioni diverse per farlo. Chi continua a leggere il no alcohol come una sottrazione rischia di perdere il punto. La sober curiosity non elimina il rito dell'aperitivo, lo ridefinisce. Per il fuori casa significa ripensare menu, pricing e storytelling, evitando che le proposte analcoliche siano percepite come semplici versioni "senza" dei cocktail classici. I locali che sapranno costruire una vera cultura del bere analcolico avranno un vantaggio competitivo, soprattutto con le nuove generazioni.