

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.