Qualità, sostenibilità e innovazione: Frizero alza l’asticella dei vini dealcolati

scritto da Emanuele Fiorio | 28 Gennaio 2025

Frizero ridefinisce l’esperienza del vino senza alcol con spumanti di qualità, nati dalla tradizione vinicola veronese e proiettati verso il futuro. La CEO Roberta Mottadelli racconta la visione di un progetto che abbraccia qualità, innovazione, sostenibilità in grado di conquistare nuove generazioni e consumatori che vogliono vivere l’esperienza del vino in modo più consapevole.

Cosa succede quando la tradizione secolare incontra l’innovazione? Nasce Frizero, **progetto innovativo che punta a ridefinire l’esperienza del vino.** Lanciato nel 2019, sviluppato grazie al know-how e all’esperienza della storica

Cantina Marchesi Fumanelli in Valpolicella, Frizero si distingue nel crescente segmento dei vini dealcolati per **qualità e autenticità**. Questa linea di spumanti, bianco e rosato, si rivolge a una nuova generazione di **consumatori attenti alla salute, alla sostenibilità e alle esperienze consapevoli**, proponendo una valida alternativa ai tradizionali vini alcolici.

Nell'intervista **Roberta Mottadelli, CEO di Frizero,** racconta la genesi del progetto, le sfide affrontate, le strategie adottate per attirare l'attenzione di Millennials e Gen Z e per conquistare mercati internazionali come Canada, Stati Uniti, Nord Europa e Medio Oriente. Forte di un **legame indissolubile con il territorio veronese** e spinto da un mercato globale in crescita, Frizero non è solo una risposta alla domanda di alternative senza alcol, ma un **simbolo di equilibrio tra tradizione, sostenibilità, innovazione e qualità.**

Può raccontarci come è nato il progetto Frizero e quale visione aziendale l'ha ispirata nella creazione di questa linea di vini dealcolati?

Frizero nasce nel 2019, durante il periodo pre-Covid, da un'idea di sviluppare un progetto per la produzione di vini dealcolati in Ontario, Canada, utilizzando vini locali e in collaborazione con aziende primarie del settore. Tuttavia, nel 2022, dopo aver verificato i costi troppo elevati per una produzione in Canada, abbiamo deciso di spostare lo sviluppo della produzione in Italia, mantenendo il nostro impegno verso l'eccellenza.

Frizero nasce proprio in risposta alla crescente domanda di un nuovo tipo di consumatore che cerca un prodotto salutare, senza alcol, ma che non faccia compromessi sulla qualità, sul sapore e sull'autenticità di un buon vino italiano. L'idea è

stata quella di creare una bevanda che permettesse alle persone di **vivere l'esperienza del vino in modo più consapevole, senza rinunciare alla ricchezza di gusto** che caratterizza la tradizione vinicola italiana.

Cosa vi ha spinto a scegliere il segmento dei vini dealcolati e come pensate che Frizero si differenzi dai concorrenti in questo mercato in rapida crescita?

Il mondo dei vini dealcolati è un mercato nuovo, che si è affacciato da qualche anno sui mercati esteri e che anche in Italia sta lentamente prendendo piede, grazie ai cambiamenti nelle abitudini del nuovo consumatore.

Già a ProWein 2023 avevamo verificato che **la maggior parte dei dealcolati venivano prodotti da start up senza un background vitivinicolo e con risultati di scarsa qualità. Abbiamo da subito intuito che Frizero si dovesse differenziare**, puntando sulla qualità e sulla provenienza delle uve. Frizero è infatti realizzato con uve selezionate che appartengono alla nostra filiera di produzione, su cui abbiamo un controllo totale, assicurando così un livello qualitativo superiore rispetto alla maggior parte dei prodotti sul mercato.

Abbiamo scelto di concentrarci sui vini spumanti per due motivi: il primo è legato al desiderio di non misurarsi con i vini autoctoni, i quali sono conosciuti e apprezzati sui mercati internazionali. Il secondo motivo riguarda la scelta di puntare su un prodotto sparkling, bianco e rosato, che ha una risposta immediata e positiva sui mercati, e che si presta perfettamente alla crescente richiesta di alternative alcoliche e alla mixologia.

La classica critica che viene mossa ai

vini dealcolati riguarda il profilo gustativo e qualitativo. Alcuni ritengono che il vino dealcolato non debba rappresentare l’equivalente di un buon vino alcolico, ma offrire un’opzione alternativa per i consumatori. Un parallelismo potrebbe essere quello tra caffè normale e decaffeinato, due segmenti che non competono tra loro. Qual è la sua opinione in merito?

Sicuramente il paragone fra un buon vino alcolico e un dealcolato è rischioso e inutile. Noi pensiamo che Frizero sia un buon sostituto al vino perché offre un’alternativa a chi per motivi diversi non può o non vuole consumare alcol, ma desidera comunque vivere l’esperienza di un buon calice di vino, senza rinunciare alla qualità.

Il nostro pubblico di riferimento include donne in gravidanza, astemi, minorenni, persone che si mettono alla guida, persone con problemi di salute o disturbi alimentari, così come il mondo islamico, che per motivi religiosi non consuma alcol. A questi si aggiungono tutti coloro che scelgono uno stile di vita senza alcol, ma che non vogliono rinunciare al piacere di un buon bicchiere di vino. Frizero, oltre ad essere senza alcol, ha un basso contenuto di zuccheri e un contenuto calorico di 75 Cal in meno rispetto ad una normale bollicina.

Inoltre, **non possiamo dimenticare il fenomeno dei mocktail** (cocktail analcolici, ndr), che sta prendendo sempre più piede, soprattutto tra le nuove generazioni. **Frizero si presta perfettamente** come base analcolica per la preparazione di cocktail creativi e sofisticati senza alcol, rispondendo a una domanda crescente di alternative gustose e salutari.

Qual è il legame tra Frizero e il territorio di Verona? In che modo il contesto, le peculiarità e la tradizione vitivinicola della Valpolicella hanno influenzato il vostro progetto?

Frizero nasce dall'esperienza e dalla tradizione della storica cantina Fumanelli in Valpolicella che produce vino dal 1470. Questo lungo percorso ci ha permesso di acquisire un know-how che oggi ci consente di ottenere un vino dealcolato che è degno di essere chiamato tale, mantenendo intatta l'autenticità e la qualità del nostro territorio. **Le uve del nostro Frizero provengono principalmente da varietà autoctone del nostro territorio.** L'intero processo di vinificazione è seguito da un giovane enologo, che vanta anni di esperienza in diverse cantine vinicole italiane. La sua competenza e passione per le innovazioni sono fondamentali per garantire che ogni bottiglia di Frizero rispecchi la qualità che ci caratterizza.

Quali sono i principali valori che guidano la filosofia produttiva di Frizero?

Qualità e Innovazione. Questi valori si intrecciano in ogni fase del nostro processo produttivo, dalla selezione delle uve alla creazione del nostro vino dealcolato, per offrire un prodotto che rispecchi la tradizione vinicola della Valpolicella, ma che sia anche in grado di rispondere alle nuove esigenze dei consumatori.

1. **Qualità**: Ogni fase, dalla vinificazione alla dealcolazione, è pensata per **preservare le caratteristiche aromatiche e gustative** delle nostre uve autoctone. Non facciamo compromessi sulla qualità e

questo ci permette di creare un vino dealcolato che rispetta la tradizione vinicola, pur adattandosi ai gusti e alle esigenze moderne.
2. **Innovazione**: Pur rispettando la tradizione, crediamo che l'innovazione sia fondamentale per soddisfare le nuove esigenze dei consumatori. Il processo di dealcolazione, ad esempio, è una tecnologia avanzata che ci consente di offrire un **vino che mantiene intatti gli aromi e i sapori tipici** del vino alcolico, ma senza gli effetti dell'alcol.

Quali sfide avete affrontato durante lo sviluppo di Frizero?

Una delle sfide maggiori nel lancio di Frizero è stata quella di **comunicare correttamente il nostro prodotto a un pubblico inizialmente scettico**, che tende a non riconoscere i vini dealcolati come veri vini. In effetti, una delle battaglie più difficili è proprio quella di far comprendere che **Frizero non è solo una "alternativa" al vino tradizionale, ma una risposta a nuove esigenze di mercato**, che riflettono un cambiamento nei consumi e nei gusti delle persone.

Il mercato globale no/low alcohol sta crescendo a ritmi significativi ed il segmento dei dealcolati traina decisamente la crescita. Come si posiziona Frizero rispetto a questa espansione?

In Italia, questo nuovo mondo dei vini dealcolati si sta facendo sempre più strada, e ci sono segnali concreti che testimoniano questa crescita. Un esempio significativo è l'introduzione dell'ultimo **decreto sui vini dealcolati, che finalmente li riconosce ufficialmente come "vini"** e non più

come semplici bevande analcoliche a base di uva. Questo decreto stabilisce delle regole di produzione chiare e precise, garantendo che i vini dealcolati rispettino determinati standard qualitativi e siano trattati come veri e propri vini, con tutte le caratteristiche che li contraddistinguono.

Inoltre, una grande novità riguarda la **possibilità per le cantine vinicole italiane di dealcolare il proprio vino direttamente in Italia**, un passo importante che favorisce l'innovazione nel settore e supporta il nostro impegno nel creare un prodotto di alta qualità. In questo contesto, con l'inizio del nuovo anno, siamo orgogliosi di annunciare **l'apertura ufficiale del nostro stabilimento produttivo dedicato al vino senza alcol.** Questo ci permetterà non solo di aumentare la produzione di Frizero, ma anche di offrire il nostro servizio di dealcolazione per conto terzi, rispondendo così a una domanda crescente nel mercato.

Quali sono i mercati chiave su cui state puntando per il prossimo futuro e quali strategie utilizzate per entrare in nuovi contesti internazionali?

Tra i **mercati esteri più importanti** per Frizero, sicuramente troviamo il Canada e gli Stati Uniti, alcuni Paesi dell'Europa del Nord-Est come Germania, Danimarca, Norvegia, Polonia, Russia, e alcune aree dell'Asia e del Medio Oriente, dove i consumatori sono sempre più attenti al benessere e alla ricerca di alternative salutari al consumo di alcol. Per entrare in questi nuovi contesti internazionali, **stiamo adottando diverse strategie:**

- Educazione e comunicazione del prodotto;
- Distribuzione mirata e collaborazioni locali;
- Partecipazione a fiere e eventi internazionali;

- Adattamento alle specificità culturali.

La Gen Z e i Millennials sono grandi protagonisti del trend no-alcol. Come comunicate con queste generazioni e quali peculiarità di Frizero pensate possano attirarli maggiormente?

La **Gen Z** e i **Millennials** sono sicuramente due delle generazioni più influenti nel trend no-alcol e Frizero è perfettamente posizionato per rispondere alle loro esigenze e preferenze. Queste generazioni sono molto più attente alla salute, al benessere e alla sostenibilità, e sono alla ricerca di alternative alcoliche che si adattino al loro stile di vita. **Le peculiarità di Frizero che pensiamo possano attirare queste nuove generazioni sono:**

- **Qualità superiore**: La qualità di Frizero e il suo processo di vinificazione sono aspetti che convincono i più giovani, alla ricerca di alternative alcoliche ma che non compromettano il gusto e l'esperienza di un vero vino.

- **Sostenibilità e consapevolezza**: Il nostro impegno verso la sostenibilità e la qualità, insieme a un prodotto che si inserisce perfettamente in un contesto di consumo consapevole, risponde alle preoccupazioni ambientali e sociali della Gen Z e dei Millennials.

- **Innovazione nel consumo sociale**: Frizero è visto come una scelta innovativa per chi vuole socializzare senza rinunciare alla qualità del prodotto, per creare un'esperienza unica di aperitivo o cena con amici, senza

alcol.

Per noi, Frizero non è solo un’opportunità di socializzazione, ma anche un’esperienza personale, che si distingue per la sua capacità di adattarsi a momenti di convivialità di ogni tipo. **Abbiamo orientato la nostra comunicazione verso grandi eventi** come catering per cerimonie, compagnie aeree, crociere, stadi e manifestazioni caratterizzate da un grande pubblico. **Ma il nostro obiettivo è anche quello di vederlo presente nelle wine list dei migliori ristoranti**, accanto a Champagne, Prosecchi e altre bollicine di alta qualità, offrendo così un’alternativa elegante e raffinata.

Punti Chiave:

1. **Frizero: innovazione e tradizione nei vini dealcolati**: Frizero nasce dalla storica Cantina Fumanelli in Valpolicella, combinando il know-how di una tradizione vinicola secolare con tecnologie innovative per creare spumanti senza alcol di alta qualità.
2. **Target ampio e diversificato**: La linea è pensata per Millennials, Gen Z e consumatori consapevoli che cercano alternative salutari e sostenibili, ma si rivolge anche a donne in gravidanza, minorenni, astemi, e mercati come il Medio Oriente e l’Asia.
3. **Qualità e sostenibilità al centro**: Realizzato con uve selezionate della filiera Fumanelli, Frizero garantisce autenticità e sapori che rispettano la tradizione, offrendo al contempo un’alternativa salutare, con basso contenuto calorico e zuccheri ridotti.
4. **Strategia internazionale e flessibilità culturale**: Mercati chiave come Canada, USA, Nord Europa e Medio Oriente vengono affrontati con strategie mirate, collaborazioni locali e partecipazione a eventi globali

per adattarsi alle esigenze culturali di ciascun contesto.

5. **Innovazione per una nuova esperienza sociale**: Frizero non è solo una bollicina senza alcol, ma una base ideale per mocktail e socializzazione consapevole, posizionandosi come scelta elegante per ristoranti, catering ed eventi internazionali.