G.Low: il vino low alcol che parla il linguaggio della sostenibilità

scritto da Agnese Ceschi | 2 Ottobre 2025



G.Low è la nuova linea di vini low alcol di Cantine di Verona, sviluppata insieme ad Advision e Grafical, che unisce sostenibilità e design innovativo. Il progetto di packaging nasce dal concetto di upcycling e utilizza carta riciclata dagli scarti di produzione, arricchita da vernice termocromica, offrendo un'esperienza eco-responsabile e in linea con le nuove tendenze di consumo consapevole.

È possibile creare una linea di vini a basso contenuto alcolico, che stimoli un consumo consapevole, e allo stesso tempo dare ad essa un abito sostenibile e responsabile nei confronti dell'ambiente? Questa è l'idea alla base del progetto G.Low, che parte dalla linea di vini omonima di

Cantine di Verona per sviluppare un processo creativo unico e incentrato sul concetto dell’upcycling, tutto farina del sacco di Advision, l’innovativa agenzia creativa di Marano di Valpolicella. La stampa e la gestione tecnica del progetto sono state curate invece da Grafical, partner d’eccellenza con cui è stata condivisa ogni fase della lavorazione.

In questa intervista doppia, Matteo Zantedeschi, Art director di Advision, racconta come è nato ed è stato sviluppato il progetto del packaging di questa nuova linea.

Che cos’è G.Low?

G.Low è una nuova linea di vini low alcol pensata per un consumo consapevole e spensierato. Con questo progetto Cantine di Verona consolida il proprio impegno per un futuro più sostenibile, adottando un approccio circolare alla produzione; gli scarti di lavorazione vengono infatti riutilizzati in un ciclo virtuoso di upcycling per dare vita ad un packaging eco-friendly. Con un packaging totalmente sostenibile, ci impegniamo a promuovere uno stile di vita responsabile, che celebra il piacere del buon bere senza compromettere il rispetto per l’ambiente.

Qual è stato il processo creativo per il progetto G.Low?

Il processo creativo di G.Low è nato per offrire un’esperienza di convivialità e leggerezza attraverso un vino innovativo a bassa gradazione alcolica, che ridefinisce il rito dell’aperitivo con gusto, freschezza e un tocco di originalità ed un occhio all’ambiente. Partendo da questa visione, abbiamo costruito un percorso creativo che unisse provocazione visiva e coerenza valoriale.

Come è nata l’ispirazione per la realizzazione del progetto?

L’ispirazione principale è arrivata dall’eco-brutalismo: una corrente che fonde il rigore architettonico del brutalismo – fatto di forme geometriche, cemento e freddezza strutturale – con il ritorno spontaneo e armonioso della natura. Questo contrasto tra struttura e vitalità ci ha guidato nel creare un’estetica forte, audace ma al tempo stesso leggera e piena di equilibrio, proprio come il vino che rappresenta.



A chi è rivolto questo concept?

L’identità visiva è stata pensata per intercettare target diversi, ma uniti da una sensibilità comune: Consumatori eco-consapevoli, che cercano prodotti sostenibili senza rinunciare alla qualità; Generazione Z e Millennials, attratti da esperienze leggere, innovative e green; Professionisti urbani, che amano il design minimal e funzionale, attento all’estetica e all’impatto ambientale; Consumatori occasionali, interessati a packaging ecologico, pratico da riciclare o riutilizzare; Appassionati di lifestyle naturale, che fanno della

sostenibilità una scelta quotidiana.

Che materiali avete utilizzato?

Abbiamo utilizzato la carta Tintoretto Gesso Re-play, nata da un progetto pilota innovativo in collaborazione con Fedrigoni, che riutilizza gli scarti di produzione di Cantine di Verona per dare vita a una carta elegante, naturale e completamente riciclata. Un simbolo concreto di economia circolare e rispetto per l'ambiente, coerente con la filosofia del vino che rappresenta: leggero, contemporaneo e responsabile. Infine, per dare un tocco esperienziale e rendere il prodotto ancora più memorabile, abbiamo introdotto una vernice termocromica: trasparente a temperatura ambiente, si attiva raffreddandosi e rivela una grafica nera proprio alla temperatura ideale di servizio del vino. Un dettaglio inaspettato, che coinvolge il consumatore e rende il rito dell'aperitivo ancora più iconico.

Avete notato un aumento del trend delle bevande a basso o assente contenuto alcolico?

Abbiamo sicuramente notato una crescita nel trend delle bevande a bassa o nulla gradazione alcolica. Tuttavia, si tratta di un fenomeno che in Italia è ancora agli inizi e non ha raggiunto l'intensità che vediamo in altri Paesi. All'estero, specialmente nei mercati del Nord Europa o anglosassoni, i vini low e no-alcol stanno riscuotendo molto successo e sono ormai ben radicati.In Italia, invece, questi prodotti stanno emergendo ora: hanno avuto un buon inizio e suscitano interesse, ma siamo ancora in una fase di sviluppo. Siamo però convinti che, con il tempo, questo segmento crescerà e acquisirà sempre più rilevanza anche nel nostro mercato.

Punti chiave:

1. **Vini low alcol**: pensati per un consumo consapevole e leggero.
2. **Packaging sostenibile**: realizzato con carta riciclata dagli scarti di Cantine di Verona.
3. **Design eco-brutalista**: unisce rigore architettonico e vitalità naturale.
4. **Esperienza interattiva**: vernice termocromica che rivela grafiche alla temperatura di servizio.
5. **Trend in crescita**: in Italia il mercato low/no alcol è agli inizi, ma con grandi prospettive.