

Vini no/low alcohol: la visione di Pietro Russo tra sfide tecniche e coraggio di osare

scritto da Emanuele Fiorio | 1 Luglio 2025



La crescita dei vini no/low alcohol sfida tradizioni e apre nuovi mercati con coraggio e innovazione. Pietro Russo, consulente enologo e Master of Wine, racconta le difficoltà tecniche, le opportunità di diversificazione e il futuro possibile di un segmento che, tra sostenibilità e identità territoriale, potrebbe rivoluzionare il modo di consumare vino per le nuove generazioni.

La rivoluzione silenziosa dei vini no/low alcohol (NOL0) è già in atto: un segmento in forte crescita che sfida tradizione e percezioni, proponendo **un'alternativa innovativa** per un

consumatore sempre più attento a benessere, sostenibilità e nuovi stili di vita. Tra sfide tecniche e culturali, investimenti in ricerca e territori che iniziano a raccontarsi, il vino no/low alcohol si fa strada come **una possibile risposta concreta alla crisi del vino fermo** e come un'opportunità per aprire alle nuove generazioni a mercati ancora inesplorati (soprattutto Medio Oriente e Paesi musulmani). Ma serve coraggio, qualità e consapevolezza per **trasformare questa nicchia in una realtà solida e performante**, capace di garantire qualità, piacevolezza, identità e territorio.

Per comprendere e approfondire meglio questi aspetti, ho seguito con grande interesse una degustazione di vini dealcolati guidata da Pietro Russo, consulente enologo e Master of Wine. Ho potuto esplorare non solo le **caratteristiche organolettiche di questi vini, ma anche gli aspetti produttivi** che ne definiscono gusto, equilibrio e complessità. Un'esperienza che ha messo in luce come le scelte tecnologiche influenzino profondamente la qualità finale, aprendo nuovi orizzonti per un segmento ancora tutto da scoprire.

La categoria no/low alcohol crescerà molto, ma si prevede che rimarrà una nicchia e non potrà compensare il declino del vino fermo. Le stime parlano di una quota di mercato che passerà dallo 0,2% del 2018 allo 0,7% nel 2028 rispetto al totale delle vendite di vino fermo. Qual è la sua visione in merito?

È vero, da una prospettiva puramente numerica può sembrare ancora un **fenomeno marginale**. Però non si può negare che, essendo a doppia crescita, ci sono segnali molto forti che

confermano come questo segmento sia destinato a crescere ulteriormente. Ci sono **margini ottimi anche in termini di diversificazione produttiva, quindi ci sono opportunità interessanti.**

Chiaramente non è un settore da affrontare con leggerezza: serve una strategia precisa e partire dai prodotti migliori, a partire dal vigneto, perché **i costi d'impianto non sono affatto banali. Ci sono poi i costi di branding** per consolidare il prodotto nel mercato. Detto questo, è una **leva importante per diversificare la produzione** in un momento di crisi, un modo per attrarre nuovi consumatori nel mondo del vino.

Penso che sia una delle strategie – non l'unica – per affrontare quella che chiamo la “tempesta perfetta” che il settore sta vivendo. **È una speranza per ampliare il pubblico**, far divertire e incuriosire nuove persone, magari invogliarle a visitare una zona o a entrare in contatto con il mondo del vino in modo diverso. Ci sono già brand che stanno facendo bene, veri casi di successo, perché investono con consapevolezza e qualità. **Per me il vero competitor del no/low alcohol non è il vino tradizionale, ma piuttosto la proposta di alternative non alcoliche.** Ed è lì che sta il potenziale reale. Detto ciò, bisogna procedere con prudenza e strategia.

Da enologo e Master of Wine, come definirebbe oggi l'identità sensoriale di un vino no/low alcohol ben realizzato? Esiste già uno “stile NOL0” riconoscibile oppure non ha senso tentare di individuarlo vista la gamma di opzioni esistenti?

Oggi esiste sicuramente uno “stile NOL0” riconoscibile, ma spesso non è positivo: i vini dealcolati presentano aromi che

tradiscono i trattamenti termici impattanti usati per togliere l'alcol, quindi si perde molta aromaticità e il risultato spesso non è così piacevole. Detto questo, ci sono eccezioni, come i vini che ho portato in degustazione: aromaticamente sono molto chiari e distinti, quasi impossibili da identificare come dealcolati. **Però la vera sfida è il gusto: l'alcol dà corpo, peso e volume al vino**, e senza alcol ricreare quella complessità è complicato.

Molti associano i vini a bassa o nulla gradazione alcolica a prodotti “sacrificati”. Come è possibile garantire complessità e struttura in questi prodotti?

Ci vuole un progetto serio e una vera convinzione da parte di noi tecnici. **Io stesso dico che il 99% dei vini dealcolati è difficile da bere**. Però se si decide di investire in modo serio, partendo dalla vigna, dall'impianto e continuando con ricerca e sviluppo per il “fine tuning” prima del lancio, si possono fare grandi passi avanti.

Non si può pensare che una tecnica buona per il vino tradizionale vada bene anche per i dealcolati, sono dinamiche completamente diverse. **Serve impegno, ricerca e soprattutto la volontà di puntare alla qualità**.

Cosa l'ha colpito di più, positivamente o negativamente, degustando vini no/low alcohol internazionali? C'è un Paese che sta facendo scuola in questo campo?

Sicuramente Francia e Spagna sono molto attive, investono tanto in impiantistica e ricerca per la dealcolazione. I vini che abbiamo degustato lo dimostrano. Ci sono anche eccellenze in Germania, ma il mercato lì è un po' più lento, in parte

perché molta impiantistica deriva dalla birra, e il contesto è diverso.

Giustamente non ha citato l'Italia che è ancora timida su questo fronte. Quali sono le principali barriere culturali e tecniche da superare per far crescere i no/low alcohol nel nostro Paese?

Sì, l'Italia non è ancora nei primi 10 mercati per questi vini. Un grosso limite è stato che, fino a poco tempo fa, le normative non permettevano di produrre vini dealcolati con materia prima italiana. Inoltre, **culturalmente siamo stati sempre molto legati all'idea del vino italiano "classico"**, che fa parte della nostra dieta mediterranea e del nostro orgoglio produttivo. Questo ha frenato l'introduzione sul mercato di prodotti alternativi o non completamente italiani.

Ultimamente però qualcosa si muove: alcune catene della grande distribuzione hanno iniziato a includere referenze, e anche i siti di vendita online stanno inserendo questi prodotti. Ma **il mercato è ancora piccolo, nuovo e abbastanza lento** rispetto a Francia, Germania, USA o Spagna. Inoltre diversamente da altri Paesi, in Italia la birra analcolica non ha mai avuto grande successo e questo ha inciso sulla percezione di bevande a basso contenuto alcolico in generale.

In linea con quanto mi sta dicendo, la crescita dei vini dealcolati è concentrata nei mercati consolidati (in particolare USA, UK, Germania, Francia e Australia) che rappresentano oltre il 75%

del consumo globale. Qual è la sua valutazione e le possibili soluzioni rispetto a questa concentrazione e alla scarsa presenza in Asia e nei mercati emergenti?

Penso che ci sia un grande potenziale soprattutto su mercati Halal o in Paesi dove l'alcol è limitato o vietato, come in alcune regioni del Medio Oriente. Però per entrare in questi mercati serve una strategia mirata e risorse importanti. Quindi sì, l'attenzione può spostarsi, ma deve avvenire in modo sostenibile, con piani studiati e senza fretta.

Qual è il giusto equilibrio tra tecnologia e artigianalità nella produzione di vini NOL0? C'è il rischio che vengano percepiti dai consumatori come prodotti troppo "artificiali"?

La priorità è fare prodotti sempre più buoni, mettere la qualità al primo posto. Parallelamente, bisogna curare la sostenibilità del processo, dal punto di vista energetico e ambientale. **Se qualità e sostenibilità sono garantite, le critiche sul prodotto "artificiale" passeranno in secondo piano.** Alla fine, prodotti come la Coca-Cola sono perfettamente accettati dal mercato, nonostante siano artificiali, quindi la percezione si costruisce sulla qualità e sull'esperienza complessiva.

Dal punto di vista della sostenibilità il processo di dealcolizzazione, sebbene alcuni metodi (come l'uso di membrane)

siano più efficienti e meno energivori di altri, richiede comunque un consumo di acqua ed energia notevole. Ritiene che questo aspetto rappresenti una criticità per questa tipologia di vini?

È una criticità giustificata, ma la ricerca e sviluppo sta facendo progressi importanti. **Migliorare la qualità del prodotto significa anche abbassare le temperature di processo**, che si traduce in minori consumi energetici. Inoltre, in molte cantine si stanno adottando tecnologie più sostenibili, come pannelli solari o pompe di calore, per ridurre l'impatto ambientale. Rimane comunque un processo energivoro e richiede molta acqua, soprattutto nelle membrane, **quindi l'ottimizzazione è un tema su cui si sta lavorando intensamente**.

Cosa può insegnare la ricerca sui no/low alcohol alla viticoltura convenzionale? Ci sono elementi di innovazione trasversale tra i due mondi?

Sì, innanzitutto c'è la necessità di una maggiore interazione tra produzione viticola e sviluppo tecnologico. **Bisogna pensare fuori dagli schemi**, sia in termini di prodotto che di marketing e distribuzione. La novità e la diversificazione della proposta rappresentano uno stimolo per tutto il settore, spingendo a cercare alternative e a innovare per attrarre nuovi mercati e nuove generazioni.

Secondo lei, che tipo di palato e che tipo di consumatore sono oggi più pronti

ad accogliere i vini NOL0? C'è un identikit chiaro?

Il consumatore moderno è attento allo stile di vita, al benessere, a quello che mangia e beve, e anche a come sono prodotti gli alimenti. È spesso sportivo o comunque interessato a un consumo consapevole e moderato. **Quindi questa categoria ha molte affinità con il mondo dello sport e delle occasioni di consumo trasversali, con un grande potenziale soprattutto per chi cerca un'alternativa sana e responsabile.**

Guardando al futuro, lei immagina un'evoluzione dei vini dealcolati in ottica territoriale? Sarà plausibile parlare un giorno di un “dealcolato d'autore” legato al terroir?

È una possibilità interessante. Abbiamo assaggiato, per esempio, una Glera che rifletteva molto la varietà e un Sauvignon Blanc che mostrava uno stile francese chiaro. Quindi qualcosa si intravede, ma è presto per affermarlo con certezza. **Non escludo che in futuro potremo parlare di vini dealcolati d'autore legati al territorio, ma serve tempo e sviluppo.**

Punti chiave:

- 1. Crescita e nicchia:** I vini no/low alcohol sono in crescita ma rimarranno una nicchia, passando dallo 0,2% al 0,7% del mercato vino entro il 2028.
- 2. Sfide tecniche:** Mantenere complessità e corpo senza alcol richiede investimenti in ricerca, tecnologie avanzate e attenzione fin dal vigneto.

3. **Barriere culturali e normative:** In Italia il mercato è rallentato da vincoli normativi e da una forte tradizione legata al vino classico.
4. **Opportunità globali:** Mercati emergenti, specialmente quelli con limitazioni sull'alcol (Medio Oriente, Paesi musulmani), rappresentano una potenziale nuova frontiera.
5. **Futuro qualitativo:** Il possibile sviluppo di vini no/low alcohol "d'autore" legati al terroir potrebbe segnare una nuova era di qualità e identità per la categoria.