

# 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. Ritene 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 fermo 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.