No-Low Alcohol: un futuro ancora in crescita per le bevande “NoLo”

scritto da Giulia Ledda | 30 Agosto 2023



I riflettori sono puntati sui *“NoLo – No-Low Alcohol”*: **bevande analcoliche o a basso contenuto di alcol**, che stanno vivendo un vero e proprio boom. Secondo i dati di **IWSR Drinks Market Analysis**, punto di riferimento a livello globale, questo segmento di mercato è destinato a crescere in termini di volume, con un **CAGR** (*Compound Annual Growth Rate* – tasso di crescita annuale) **che raggiungerà il 7% entro il 2026**.

Best practice nei vini No-Low

Alcohol

Il **vino** non è da meno e le *best pratices* arrivano da **Australia** e **Stati Uniti**. **Paul Turale, General Marketing Director di Wine Australia**, afferma in un'intervista su The Guardian che "Il valore delle vendite di vini a bassa gradazione alcolica è cresciuto annualmente del 30% negli ultimi cinque anni, e gli esperti prevedono un incremento annuale del 14% nel prossimo quinquennio".

Tra le cause dell'ascesa, una vera e propria "rivoluzione del benessere", in particolare dopo la pandemia, con molti bevitori che sposano una dieta *alcohol-free*. Secondo **Helen McCarthy** di **Accolade Wines** (una delle più grandi aziende vinicole in Australia), "il 58% dei consumatori australiani sta cercando di ridurre attivamente l'assunzione di alcol, con i millennial in testa". Le nuove generazioni sembrano infatti più inclini alle alternative, soprattutto se fanno bene alla salute, rispetto ai prodotti tradizionali. L'opportunità è innegabile: **entro il 2026**, si prevede che **le vendite di prodotti a basso contenuto alcolico raggiungeranno circa 3 miliardi di dollari australiani**.

In ogni caso, il vino dealcolato o a bassa gradazione non è facile da produrre e l'Australia sta incentivando programmi specifici per migliorarlo dal punto di vista organolettico. Il ricercatore **Wes Pearson** e i suoi colleghi dell'**Australian Wine Research Instituite** stanno studiando nuove tecniche su scala sperimentale *"Nolo"* presso l'Università di Adelaide per testare nuovi lotti di vini appartenenti a questa categoria. Il governo federale australiano ha inoltre recentemente concesso una **sovvenzione di circa 3 milioni di dollari australiani** per chi promuove la qualità e l'innovazione di questi prodotti; l'azienda **Australian Vintage**, il cui portafoglio comprende rinomati brand come *McGuigan* e *Tempus Two*, sarà capofila del progetto di ricerca insieme ad altri partner.

Il vino “0 Alcohol”

Per quanto riguarda il vino “0 alcohol”, diversi imprenditori negli **USA** ritengono sia pronto per un’esplosione grazie ai miglioramenti della tecnologia per la rimozione del alcohol, anche se, come afferma **Dawn Maire**, la Fondatrice dell’analcolica **Starla Wines**, sul Washington Post, “produrre un vino nel genere è tecnicamente difficile da realizzare e ci sono ancora diversi pregiudizi da parte dei puristi”. Secondo i dati di **NielsenIQ**, tra l’agosto 2021 e l’agosto 2022, le **vendite totali** in dollari di vino, birra, sidro e liquori analcolici negli Stati Uniti sono cresciute di oltre il **20%**. Quelle del **vino** raddoppieranno entro il 2033 – stando alle previsioni della società **Fact.MR** -, per rispondere alle esigenze dei consumatori e perché i prodotti stessi miglioreranno, in un’ottica di “premiumization” e di ricerca di alta qualità.

I No-Low Alcohol o *NoLo* costituiscono così una valida alternativa per specifiche categorie di consumatori. Coloro che desiderano **ridurre o eliminare l’assunzione di alcol dalla propria dieta**, come **donne in gravidanza** o in fase di allattamento e **individui con problemi di salute**. Inoltre, queste bevande soddisfano le esigenze di chi evita l’alcol per motivi di **sicurezza**, come chi deve mettersi alla guida, nonché per **motivi legati all’età** o alle **convinzioni religiose**. Quest’ultimo aspetto ha attirato l’attenzione di molti produttori che cercano opportunità nel mercato arabo.

A metà strada tra i loro “cugini” alcolici e i *soft drinks*, le bevande “no” e “low-alcohol”, in particolare i vini, rappresentano un’importante opportunità per il mercato, soprattutto per i ristoratori, che potrebbero rendere questa categoria di prodotti più attraenti durante i pasti, come il pranzo, il brunch o persino la colazione, aprendo così nuove possibilità di vendita.