

Vini no alcol: molto rumore per (quasi) nulla

scritto da Fabio Piccoli | 22 Gennaio 2026



I vini no alcol rappresentano un fenomeno marginale, sovrastimato dal clamore mediatico. L'analisi di Andy Neather evidenzia la sproporzione tra attenzione ricevuta e peso reale sul mercato. Il vino tradizionale non è minacciato: si tratta di categorie diverse, con identità e valori incomparabili.

Il commento di Andy Neather pubblicato sul blog di Tim Atkin MW – dal titolo “[The Curse Of Low And No Alcohol Wine](#)” (La maledizione del vino a basso e zero alcol) – mi sembra uno dei contributi più lucidi e onesti apparsi di recente sul tema dei vini no-alcol.

Non tanto per il tono volutamente provocatorio, quanto per la precisione con cui descrive lo stato reale delle cose, al di là dell'enfasi mediatica e delle narrazioni interessate che

oggi accompagnano il mondo “NoLo”.

Condivido quasi integralmente la sua analisi, soprattutto laddove mette in evidenza una sproporzione evidente: **da un lato, l’attenzione quasi ossessiva riservata ai prodotti no-alcol all’interno del dibattito enologico; dall’altro, il loro peso reale sul mercato, che resta – e con ogni probabilità resterà – confinato a una iper-nicchia.** I numeri, quando si ha voglia di guardarli senza pregiudizi, raccontano una storia molto meno rivoluzionaria di quella che spesso viene proposta.

Fatico anch’io a comprendere le “preoccupazioni” espresse da ampie parti della filiera del vino, come se il no-alcol rappresentasse una minaccia sistemica o addirittura esistenziale. Non lo è. Non lo è culturalmente, non lo è economicamente e, soprattutto, non lo è dal punto di vista identitario. **Il vino, quello vero, è legato a territori, pratiche agricole, fermentazioni, tempi lunghi, tradizioni e culture. I prodotti no-alcol, per loro natura, appartengono a un’altra categoria: sono bevande industriali, standardizzate, sradicate da qualsiasi contesto agricolo o geografico significativo.**

Questo non significa negare il diritto all’esistenza di tali prodotti, né ignorare le esigenze di chi, per scelta o necessità, non consuma alcol. Ma è altrettanto legittimo affermare che **il vino no-alcol non è vino**, così come una tisana frizzante o una bibita aromatizzata non lo sono. Confondere i piani, come spesso accade, non aiuta nessuno: né i produttori di vino, né i consumatori, né tantomeno il dibattito culturale.

Diverso, e più complesso, è il discorso sui vini low-alcol, che meriterebbe valutazioni meno ideologiche e più tecniche: qui entrano in gioco scelte agronomiche, stili, maturazioni, climi e un reale confronto con il cambiamento delle abitudini di consumo. Ma questo è un altro tema, che non può essere appiattito sulla retorica del “tutto senza”.

Il merito del pezzo di Neather sta proprio nel rimettere ordine: nel ricordarci che non tutto ciò che viene raccontato come “nuovo paradigma” lo è davvero, e che il vino farebbe bene a interrogarsi su se stesso senza cercare falsi nemici. Il rischio, altrimenti, è quello di prendere troppo sul serio un fenomeno che, per quanto rumoroso, resta marginale – e di perdere di vista ciò che rende il vino degno di essere difeso.

Punti chiave

1. **Fenomeno marginale:** i vini no alcol hanno un peso di mercato trascurabile rispetto all'enfasi mediatica ricevuta.
2. **Nessuna minaccia sistemica:** il settore vitivinicolo non deve temere i prodotti no alcol come pericolo esistenziale.
3. **Categorie distinte:** i vini no alcol sono bevande industriali, non vino vero legato a territori e tradizioni.
4. **Sproporzione evidente:** l'attenzione ossessiva verso il NoLo non riflette la realtà economica del mercato.
5. **Dibattito da riordinare:** il vino deve interrogarsi senza cercare falsi nemici o sovrastimare fenomeni rumorosi.