Vini dealcolati a Vinitaly: facciamo chiarezza

scritto da Veronica Zin | 9 Aprile 2025



Durante Vinitaly 2025 abbiamo raccolto voci autorevoli sul fenomeno dei vini dealcolati. Tra curiosità, perplessità e strategie di mercato, emerge un confronto tra chi li vede come opportunità inclusiva e chi resta scettico sul piano tecnico. Il futuro dei vini dealcolati divide, ma di certo non lascia indifferenti.

Il terzo giorno di Vinitaly ha presentato una conferenza organizzata da UIV (Unione Italiana Vini) dal titolo “Zero alcol e le attese del mercato”, a cui noi di Wine Meridian abbiamo, ovviamente, partecipato. Vista la sala gremita, si è percepito l’interesse per un prodotto a cui VeronaFiere, in questa 57ª edizione della kermesse veronese, ha dedicato uno spazio nel Padiglione C, precisamente nell’area della mixology.

La domanda che ci siamo posti è: **tutto questo interesse è dovuto alla curiosità verso un prodotto nuovo – e, perché no, anche alla voglia di criticarlo – o c'è un reale interesse nei confronti di una categoria che, seppur marginale, sta facendo molto parlare di sé?**

Lo abbiamo chiesto qui a Vinitaly ai produttori – di vini dealcolati e non.

Mionetto

Mionetto è attiva nel settore dei vini dealcolati dal 2008 e oggi l'azienda vende oltre 4 milioni di bottiglie, di cui una percentuale è dedicata al mercato italiano, un dato tutt'altro che scontato, considerando la forte presenza della tradizione vinicola nel nostro Paese.

"Chi magari si è bevuto tre calici di vino può poi scegliere un dealcolato: non c'è contrapposizione, ma integrazione", sottolineano Del Savio e Bogoni, rispettivamente *managing director, technical director e management committee spokesman* e *Chief marketing officer and management board executive* di Mionetto. In questo senso, i dealcolati rappresentano un'opportunità per il mondo del vino, soprattutto per intercettare fasce di pubblico come i giovani, gli astemi o chi si avvicina per la prima volta a questo mondo.

La parola chiave, secondo l'azienda, è **complementarietà**. I vini dealcolati non vanno visti come un'alternativa escludente rispetto ai vini tradizionali, ma piuttosto come una proposta aggiuntiva, utile per rispondere all'evoluzione dei consumi e intercettare nuovi target.

Drusian

"Non rincorriamo le mode, ma crediamo in una filosofia produttiva basata su valori solidi e identitari. C'è differenza tra chi produce dealcolati con convinzione e chi lo

fa solo per cavalcare l’onda” spiega Ilaria Milanese, social media manager.

Drusian sceglie di non introdurre un dealcolato, puntando su comunicazione trasparente e consumo consapevole: “Si può bere bene, in modo consapevole e responsabile, sapendo cosa si sta bevendo”, conclude Ilaria.

Azienda Agricola Capecci

L’Azienda Agricola Capecci è convinta che **i vini dealcolati siano destinati a restare**. Il vino, infatti, viene sempre più percepito come uno **status symbol**, e grazie ai dealcolati anche chi non può o non vuole bere alcol trova oggi una **valida alternativa** per sentirsi parte dell’esperienza.

Inclusione sociale è, dunque, la parola chiave per Capecci.

Monteci

Francesco Righetti, enologo di **Monteci**, si dichiara favorevole al mondo dei vini dealcolati, ma con una **visione lucida e tecnica**. “È un prodotto che può avvicinare nuove persone al mondo del vino, ma non credo che i dealcolati possano togliere qualcosa al mercato del vino tradizionale”.

Secondo Righetti, infatti, il **vino è equilibrio tra durezze e morbidezze**. Quando si rimuove l’alcol, viene meno una delle principali fonti di morbidezza. “Come si può bilanciare? Aumentando le altre morbidezze, come gli zuccheri. Ma, così facendo, si rischia di arrivare a un residuo zuccherino di 50-60 grammi per litro. Considerando che una bustina di zucchero ne contiene 5, il risultato non è solamente un prodotto eccessivamente dolce, ma anche un prodotto poco salutare”.

“Mi fa piacere che esistano per il loro valore inclusivo – conclude Righetti – ma da un punto di vista tecnico, siamo ancora in una fase embrionale e ci **vorranno ancora 4 o 5 anni**

prima che arrivino sul mercato dealcolati davvero interessanti”.

Consorzio Suvereto Val Di Cornia

Daniele Becchi, direttore del Consorzio Suvereto Val di Cornia, mantiene un approccio critico ma aperto:
“Non imponiamo regole: lasciamo libertà di scelta. Ma le degustazioni fatte finora non ci hanno convinto ed è da considerare anche la reale sostenibilità e utilità dei dealcolati per le piccole e medie imprese”.

Poi, una riflessione: “Meglio investire in un vino dealcolato o in una buona promozione?”

Una domanda che pone l’attenzione sull’identità del vino oggi: “Per 40 anni abbiamo cercato di mettere la giacca e la cravatta al vino e ora vogliamo sbottonargli la camicia. Comunichiamo il vino senza parrucchismi, ma anche senza privarlo del suo significato.”

La parola chiave è **coinvolgimento autentico**: “Dobbiamo imparare a dare del tu con rispetto. La semplicità non è semplicismo”, conclude Becchi.

Les Grands Chais De France

Peter Kinback, Export Director di Les Grands Chais de France, sottolinea che i vini dealcoalti non sono nati recentemente: “La loro storia inizia già all’inizio del secolo scorso. Oggi, grazie alla tecnologia, la qualità è migliorata molto e continuerà a farlo.”

Un monito per chi sottovaluta il fenomeno: “Ignorare questa domanda significa non ascoltare l’evoluzione dei consumi.”

Bosca

Bosca produce bevande analcoliche da oltre trent’anni e a

questo Vinitaly ha presentato un nuovo prodotto no alcol. Data la loro esperienza abbiamo voluto porre loro una domanda semplice ma provocatoria: le aziende che producono vini dealcolati lo fanno perché hanno capito l'origine e il perché della domanda oppure stanno semplicemente cavalcando l'onda del trend del momento?

"Molte aziende si stanno buttando sul trend senza comprenderne davvero le origini, e spesso con prodotti di scarsa qualità" dichiara Mara Ghibaudo, enologa di Bosca.

Fondamentale poi l'aspetto comunicativo: "Perché concentrarsi così tanto sulla definizione? È come il latte senza lattosio – dice Mara – resta latte, con una specifica. Diciamo che è un vino dealcolato e spieghiamolo bene". L'onestà e la **trasparenza** diventano quindi strumenti chiave per una comunicazione efficace.

E ai puristi che storcono il naso? Le risposte sono chiare:
Mara: "La conoscenza tranquillizza. Se si accetta di conoscere, si scoprono prodotti e aspetti prima ignorati".

Le ultime NEWS da Vinitaly…

- *Donne e vino: iconiche, ma anche artefici, in vigna come in cantina*
- *Vinitaly 2025: il vino italiano e l'Annapurna*
- *Vinitaly 2025: sotto il tappo, il pianeta*
- *Vino in transizione: gli ingredienti del cambiamento*
- *Produttori di vino italiani tranquilli, è tutto sotto controllo*

Punti chiave

- **I vini dealcolati, secondo i produttori, possono attrarre giovani, astemi e nuovi consumatori.**
- **Il concetto di inclusione, complementarietà e consumo consapevole** guida le scelte delle aziende più convinte.
- **Alcuni esperti sollevano dubbi su qualità, bilanciamento sensoriale e residuo zuccherino**.
- **Il trend impone una comunicazione chiara, onesta e trasparente**.
- **Il fenomeno va affrontato con competenza, tecnica** e attenzione all’evoluzione dei **consumi**.