

Bevande no-alcohol in pole position: trainano i giovani

scritto da Emanuele Fiorio | 28 Gennaio 2025



Le bevande no-alcohol dominano il mercato, spinte da Millennials e Gen Z. Tra il 2022 e il 2024, 61 milioni di consumatori hanno scelto il no-alcohol rispetto ai 38 milioni del low-alcohol. Il futuro? Innovazione, qualità sensoriale e nuovi prodotti, con una crescita stimata di 4 miliardi di dollari entro il 2028.

Il futuro del mercato delle bevande no/low alcohol passa sempre più attraverso la **categoria no-alcohol**. Secondo il “No and Low Alcohol Strategic Study 2024” di IWSR, questo segmento registrerà un **incremento complessivo di oltre 4 miliardi di dollari entro il 2028**. I principali motori di questa trasformazione sono i consumatori più giovani, grazie ad una crescente attenzione alla moderazione e a prodotti sempre più innovativi.

Nel panorama globale, il mercato no/low alcohol ha mostrato un CAGR del **+4% in volume fino al 2028 nei dieci principali mercati analizzati** (Australia, Brasile, Canada, Francia, Germania, Giappone, Spagna, Sudafrica, Regno Unito e Stati Uniti). **A trainare questa crescita è il segmento no-alcohol**, con un'impressionante CAGR del +7%, mentre il comparto low-alcohol registra volumi più statici.

Tra il 2022 e il 2024, **il numero di consumatori che hanno scelto le bevande no-alcohol ha superato quello del segmento low-alcohol**: 61 milioni contro 38 milioni. Questo fenomeno è particolarmente marcato tra i **consumatori più giovani**, come Millennials e Gen Z, che mostrano un consumo più frequente e intenso rispetto alle generazioni precedenti. In Brasile, Stati Uniti e Sudafrica, i giovani rappresentano la **fascia più propensa a sostituire bevande zuccherate e analcoliche tradizionali con alternative dealcolate**.

Inoltre, le nuove generazioni scelgono di adottare periodi di moderazione occasionale, partecipando a tendenze come "Dry January" o "Sober October".

Leggi anche: [Regno Unito, mercato alcolici: volumi no-low alcohol +47%](#)

La crescita della categoria no-alcohol non si limita alla birra, storicamente leader del segmento. Bevande **ready-to-drink** (come cocktail e spirits senza alcol), stanno emergendo con un **CAGR previsto del +10% entro il 2028**. Inoltre, si assiste a un aumento di prodotti innovativi che non replicano direttamente le bevande alcoliche, come tè frizzanti, hop waters (acque di luppolo) e switchel a base di aceto.

Gli Stati Uniti e il Brasile si confermano tra i mercati più promettenti, con una crescita del +18% e del +10% rispettivamente. Negli USA, l'espansione è guidata dalla diversificazione delle sottocategorie, mentre in Brasile la birra no-alcohol rappresenta quasi esclusivamente il traino principale. Anche mercati come Canada e Australia mostrano

prospettive interessanti, con tassi di crescita relativamente alti (+7,5% e +5%).

Tuttavia, la **disponibilità limitata rappresenta ancora una barriera** importante in mercati emergenti come Brasile, Sudafrica e Stati Uniti. Nei mercati più maturi, invece, come Spagna e Germania, la sfida principale è il **consolidamento della fedeltà dei consumatori**, ancora bassissima rispetto alle categorie tradizionali.

Le bevande no-alcohol stanno guadagnando terreno ed il mercato sta evolvendo rapidamente per soddisfare le crescenti aspettative dei consumatori. **La qualità e l'esperienza sensoriale sono ormai priorità imprescindibili** e la capacità di innovare e superare le aspettative sarà cruciale per mantenere alta l'attenzione dei consumatori.

Con un mercato in continua trasformazione, la strada per il segmento no-alcohol appare sempre più promettente, non solo come alternativa all'alcol, ma come una **categoria in grado di ridefinire l'intera esperienza di consumo**.

Punti chiave:

1. **Crescita esplosiva del segmento no-alcohol:** tra il 2022 e il 2024, i consumatori di bevande no-alcohol (61 milioni) hanno superato quelli del low-alcohol (38 milioni), con un CAGR del +7% per il no-alcohol, trainato principalmente da Millennials e Gen Z.
2. **Innovazione come motore di mercato:** oltre alla birra, crescono le bevande ready-to-drink (+10% CAGR entro il 2028) e prodotti innovativi come hop waters, tè frizzanti e switchel.
3. **Mercati chiave in espansione:** Stati Uniti (+18%) e Brasile (+10%) guidano la crescita globale, seguiti da

Canada (+7,5%) e Australia (+5%), con trend promettenti per giovani consumatori.

4. **Tendenze sociali guidano le scelte:** fenomeni come “Dry January” e “Sober October” riflettono l’adozione di uno stile di vita più moderato da parte delle nuove generazioni.
5. **Sfide ancora aperte:** disponibilità limitata nei mercati emergenti e bassa fedeltà dei consumatori nei mercati maturi rappresentano le principali barriere per il consolidamento del segmento.