NoLow: un boom che vale addirittura il 4% del mercato

scritto da Veronica Zin | 24 Aprile 2026



Il mercato no-alcohol cresce, ma rappresenta ancora una nicchia: oltre il 96% dei volumi globali resta alcolico. Analizzando dati italiani e internazionali del 2025, l'articolo smonta la retorica della "moderazione consapevole" e propone una visione più equilibrata, in cui le alternative analcoliche affiancano la tradizione senza sostituirla.

Anche nel 2026 si parla – e si continuerà a parlare – di mercato nolow. Eppure, quando si discute di bevande a bassa gradazione alcolica o analcoliche, un dato viene quasi sempre ignorato: queste categorie stanno sì vivendo un boom, ma le bevande tradizionalmente alcoliche rappresentano ancora oltre il 96% dei volumi globali.

Sebbene il comparto *no-alcohol* abbia registrato una crescita

del +9% nel 2025, è fondamentale riportare il fenomeno nelle giuste proporzioni. **Il mercato degli alcolici vale oggi circa 1,74 trilioni di dollari, una cifra che rende le alternative analcoliche una nicchia, sicuramente una nicchia in espansione, ma pur sempre una nicchia**.

Di recente abbiamo ricevuto un comunicato stampa che celebrava la virtù della "moderazione consapevole". Nel testo si promuovono nuove linee di RTD dealcolati capaci, si legge, di far vivere il momento "appieno e senza rimpianti".

Leggendo ci è sorta una domanda: **perché, un calice o un cocktail tradizionale o una birra non permettono di vivere appieno il momento e senza rimpianti?**

Capiamo che la retorica del marketing spinga sull'idea di eliminare l'alcol per guadagnare, automaticamente, lucidità e qualità dell'esperienza. Però ci chiediamo perché mai, una bevanda tradizionalmente alcolica, dovrebbe **impedire di godersi la serata o generare dei rimpianti?**

L'ironia – che poi in realtà non fa nemmeno più ridere – della questione risiede proprio qui: **l'idea che l'alcol sia intrinsecamente un ostacolo all'equilibrio o alla libertà di scelta appare più come un espediente narrativo che come una verità condivisa** da chi apprezza la mixology d'autore o l'enologia di qualità.

Il calo dei consumi è un dato di fatto: il 71% dei consumatori oggi dichiara di acquistare o bere meno alcolici. Ma attribuire questa flessione esclusivamente alla folgorazione per il *no-alcohol* è una lettura che ci risulta un poco parziale. Le ragioni sono più stratificate. Non beviamo più come negli anni '50. A questo si aggiunge la pressione economica dell'inflazione, che ha ridotto il potere d'acquisto, e un cambiamento sociale post-COVID che ha spinto molti a preferire il comfort domestico alla socialità del bar. Infine, ricordiamo, la ricerca del famoso benessere

consapevole sia in termini di salute fisica ma anche di salute mentale.

In questo scenario, secondo noi, sarebbe importante considerare le alternative analcoliche come **opzioni inclusive all'interno del mondo delle bevande tradizionali e non come sostituti.**

I dati italiani del 2025 mostrano paradossalmente che persino il settore analcolico ha sofferto, con una contrazione dei volumi dell'1,5%, dove proprio gli aperitivi e i cocktail analcolici hanno segnato un pesante -7,4%. Questo suggerisce che il consumatore, quando decide di spendere e uscire, non sta necessariamente migrando in massa verso il mocktail. Piuttosto, chi sceglie di moderarsi lo fa spesso per motivi di salute o sport, ma ciò non implica l'abbandono totale dell'alcol. **Il benessere consapevole non significa smettere di bere, ma scegliere di farlo con una frequenza minore e una qualità superiore.**

L'originalità di nuove proposte analcoliche sofisticate, originali e particolari è da apprezzare. Sono varianti fondamentali per l'inclusività e che permettono a chi guida o a chi ha restrizioni mediche di sentirsi parte del rito sociale senza rinunciare all'estetica di un bel drink. Tuttavia, pensare che queste alternative siano "escludenti" rispetto alla tradizione ci sembra un errore di prospettiva.

Punti chiave

1. **Il no-alcohol vale solo il 4% del mercato globale delle bevande**, che vale 1,74 trilioni di dollari.
2. **La retorica della "moderazione consapevole"** implica erroneamente che l'alcol ostacoli il benessere o la qualità dell'esperienza.

3. **Il calo dei consumi ha cause molteplici:** inflazione, abitudini post-COVID e ricerca del benessere, non solo interesse per il no-alcohol.
4. **In Italia nel 2025 anche il settore analcolico ha perso,** con aperitivi e cocktail analcolici a -7,4%.
5. **Le alternative analcoliche sono strumenti di inclusività,** non sostituti della tradizione enologica e della mixology.