

Senza alcol ma con carattere: il vino dealcolato cerca la sua identità

scritto da Stefano Montibeller | 9 Maggio 2025



Il vino dealcolato non è più solo un'alternativa all'alcol: cresce in Cina, Europa e USA, spinto da dinamiche sociali e nuove esigenze culturali. Oggi chiede una sua identità e un linguaggio dedicato, diventando una nuova frontiera per produttori e consumatori. Un'opportunità da cogliere, non una rinuncia.

Cosa rende un vino...vino? È l'uva o è il terroir? Oppure è l'alcol? In un momento in cui il vino dealcolato guadagna quote di mercato in Cina, in Europa e negli Stati Uniti, vale la pena fermarsi un attimo a riflettere: cosa vogliamo comunicare veramente con questo prodotto?

La domanda è culturale. In Cina, **come racconta Vino Joy, il vino analcolico non viene scelto per motivi salutistici, ma per necessità sociali**: si beve per partecipare al rito del brindisi, per integrarsi nei codici aziendali e professionali. Come ha spiegato Yang Jiang, fondatrice della Chengdu Xiangyue Trading Co. a Vino Joy, “Il vino analcolico è principalmente consumato durante i banchetti aziendali. Alcuni dirigenti o ospiti non possono bere per motivi di salute o perché devono guidare, quindi diventa la scelta più educata”.

Secondo i dati doganali cinesi riportati da Vino Joy, **nel primo trimestre del 2025** le importazioni di bevande analcoliche hanno superato i **70 milioni di litri**, con un incremento del 25,4% rispetto all'anno precedente, per un valore totale di 218 milioni di dollari. Un segmento in espansione trainato anche da piattaforme e-commerce: solo su **Tmall**, le **vendite di vino analcolico sono aumentate del 120% nel 2023**.

Ma il fenomeno non si limita alla Cina: secondo l'IWSR (2023), **il mercato globale delle bevande analcoliche e a basso contenuto alcolico crescerà del 7% annuo fino al 2026**, con il segmento del vino analcolico in particolare che registra tassi di crescita significativi in Europa e Nord America.

Ma sarebbe sbagliato ridurlo a un oggetto scenico. **I consumatori, anche in Cina, stanno dimostrando aspettative sempre più elevate: cercano equilibrio, acidità, struttura, complessità**. In questo contesto, il vino analcolico non si limita più a imitare il vino tradizionale, ma si afferma come una categoria autonoma, con proprie regole produttive, tecniche enologiche e un'identità culturale emergente. Come ha osservato Li Wei, CEO di Auswan Creek, in un'intervista a Vino Joy, “I consumatori vogliono un equilibrio tra acidità e dolcezza, ma soprattutto desiderano che abbia la struttura e il carattere del vino non che sappia solo di succo d'uva”.

Resta però una questione aperta: può un vino senza alcol non

essere percepito come un compromesso? Forse siamo davanti non a una semplice variante, ma a una nuova famiglia di prodotti che merita un lessico dedicato e un proprio riconoscimento normativo. La nuova normativa europea (Reg. UE 2021/2117), che introduce le categorie di “vino dealcolato” e “parzialmente dealcolato”, va in questa direzione, ma il dibattito resta aperto.

Forse, più che opporsi alla tendenza, dovremmo riconoscerla come **un'opportunità**. Il vino analcolico permette a molte persone di avvicinarsi all'esperienza vinicola senza barriere, ampliando il pubblico potenziale e apre nuovi scenari. In contesti professionali, religiosi, medici o semplicemente culturali, **rappresenta una chiave d'accesso, non una rinuncia**.

Per i produttori, la sfida sarà duplice: da un lato, continuare a migliorare la qualità organolettica, sfruttando ricerca e tecnologia; dall'altro, esplorare nuovi mercati dove la cultura del bere è in trasformazione. L'Asia rappresenta un'area di forte espansione, ma secondo l'IWSR anche l'Europa del Nord, gli Stati Uniti e il Medio Oriente si stanno dimostrando recettivi verso alternative sofisticate e a zero alcol. **Investire oggi significa costruire un segmento** che non sostituisce il vino tradizionale, ma lo affianca, parlando a nuovi pubblici con nuove parole.

Leggi anche: [Vini no/low alcohol: prevista crescita costante ma rimarrà una nicchia](#)

Punti chiave:

1. **Il vino dealcolato cresce in Cina** per esigenze sociali, non solo salutistiche.
2. **Le vendite su Tmall sono cresciute del 120%** nel 2023.
3. **I consumatori chiedono struttura, acidità ed equilibrio,**

non solo succo d'uva.

4. **La normativa UE** riconosce il vino dealcolato come categoria autonoma.
5. **opportunità per nuovi mercati:** Asia, Europa del Nord, USA e Medio Oriente.