Low alcohol is the new black? Etilika propone una nuova sezione di vini dealcolati online

scritto da Redazione Wine Meridian | 20 Maggio 2024

Low alcol is the new black? Forse sì stando al boom dei vini dealcolati, bevande analcoliche e versioni light di vini e liquori, bevande a zero o bassissima percentuale di alcol che stanno conquistando consumatori e interessando produttori in tutto il mondo. Come racconta la **ricerca dell'IWSR** – *International Wines and Spirits Record (UK)* – **sui 10 principali mercati mondiali del settore**(Stati Uniti, Regno Unito, Australia, Brasile, Canada, Francia, Germania, Giappone, Spagna e Sudafrica), il mercato globale della dealcolizzazione tra il 2023 e il 2027 vedrà stabilizzare la propria **crescita verso un 6% annuo in termini di volumi**,

raggiungendo i **30 miliardi di dollari entro il 2025**, con circa il 70% rappresentato dalla birra analcolica. In particolare, per il mercato dei vini dealcolati è prevista una crescita **nei prossimi 10 anni con un tasso annuo composto pari al 10%** secondo un'altra ricerca condotta da Fact.MR.

Il trend dei dealcolati investe non solo i produttori italiani, ma anche la distribuzione: **Etilika**, tra le principali enoteche online d'Italia con forte specializzazione sui vini e liquori Made in Italy e oltre 14mila recensioni positive certificate (fonte Feedaty), **apre una nuova sezione interamente dedicata ai vini dealcolati**. L'obiettivo è dare in questa nuova categoria spazio alle migliori proposte, soddisfacendo le richieste dei consumatori e di un mercato in forte crescita, attento anche a chi cerca opzioni più salutari e inclusive. Con il lancio di questa nuova sezione, Etilika così non solo conferma il proprio ruolo di leader innovativo nel mercato online del beverage di qualità, ma fa la sua parte per favorire un **consumo sempre più responsabile e accessibile a tutti**.

La selezione delle proposte è stata articolata e ragionata dai sommelier ed esperti di Etilika, che hanno assaggiato le migliori bottiglie disponibili per offrire un primo nucleo del "*no alcol best of*" disponibile oggi sull'enoteca online, che sarà costantemente ampliato nei prossimi mesi. Oltre ai bianchi, rossi, bollicine e rosé, Etilika offre anche "*spirits*" analcolici al gusto gin e limoncello. I produttori? **Barone Montalto, Canella, Franclizer, Hoffstatter, Pallini, Tanqueray e Zaccagnini**, solo per citarne alcuni.

La ricerca dell'IWSR inoltre identifica il **consumatore medio dei dealcolati soprattutto nei giovani: Millennial e Gen Z** sono infatti il target di bevitori con una crescita maggiore in termini di volumi. Le persone tra i 18 e 40 anni sono quelle più attente al tema salute e anche quelle meno legate a preconcetti culturali sull'alcol. I **mercati con più prospettive di sviluppo sono infatti Stati Uniti, Sudafrica e**

Brasile, Paesi con elevati quantitativi di giovani. La crescita viene trainata anche grazie agli astemi, una fetta di consumatori che per ovvi motivi finora non era stata toccata dal mercato, che ora può invece essere attrattiva per un prodotto che vanta **un milione di nuovi potenziali clienti non-bevitori oltre a 14 milioni di consumatori che li considerano come una bevanda alternativa**, come espresso da una recente ricerca di SWG. Nei soli USA, attualmente il Paese che sta registrando un vero e proprio boom del segmento, il mercato dei vini a basso contenuto alcolico vale già un miliardo di dollari (dati UIV).

"L'apertura di una sezione dedicata ai prodotti dealcolati mostra il nostro costante impegno per anticipare i trend del mercato. Nel mondo questa tendenza è ormai affermata, mentre l'Italia si sta affacciando solo ora, quindi essere la prima enoteca online d'Italia a dare rilevanza a questi prodotti con una sezione dedicata è per noi un ulteriore elemento distintivo – **commenta Michele Trotta, co-founder di Etilika –** Questa nuova proposta si inserisce perfettamente nella nostra filosofia che prevede offerte ricercate tra fine wines, etichette premium e la valorizzazione dei territori e delle specificità del nostro made in Italy. Negli ultimi mesi abbiamo ricevuto diverse richieste di dealcolati sia da nostri clienti del mondo della ristorazione che da privati ed abbiamo percepito un potenziale mercato crescente che, oltre agli astemi, interessa donne in gravidanza, persone con condizioni di salute specifiche, chiunque per lavoro o per sicurezza deve evitare l'assunzione di alcolici senza sacrificare buona parte del gusto legato al prodotto, chi non può assumere alcolici per motivi religiosi e via dicendo.

La sfida del dealcolato derivato dall'uva – **conclude Trotta** – rappresenta pertanto un completamento ideale del nostro portfolio con proposte di grande piacevolezza che si rivolgono non solo al consumatore finale, ma anche a tutto il canale ho.re.ca, a cui diamo grande attenzione. Devo ammettere che il

mio iniziale scetticismo è stato superato da una serie di assaggi piuttosto sorprendenti indice della grande cura e attenzione che diversi produttori hanno iniziato a dedicare al settore”.