

# *NO LO*

## Opportunità o illusione ?



# Il vino è un **alimento**?



Photo: An Italian fisherman braces himself for a long cold day in the water with a fortifying draught of wine.  
Source: Brook, S. (2000)

- La *business community* ha la pretesa di **richiamarsi alla tradizione** trascurando però il **ruolo delle occasioni di consumo**.
- Se il vino non è un alimento, quali sono le **nuove motivazioni** per berlo?
- Quale relazione prospettica intercorre tra le **occasioni di consumo e la DIMENSIONE** di questo consumo?

# VINO E SALUTE : UN TEMA DIVISIVO



TABLEAU 6 Collection TABLEAUX MURAUX Armand COLIN & Co

## L'alcool, voilà l'ennemi.

Tableau d'ANTI-ALCOOLISME par le Dr GALTIER-BOSSIÈRE v. l.

**BOISSONS NATURELLES BONNES** (pris sans excès)

- Vin Raisin
- Cidre Pommes
- Poiré Poires
- Bière Orge et Houblon

**ALCOOLS INDUSTRIELS MAUVAIS** (même pris en petite quantité)

Sont fabriqués avec:

- Betterave
- Pomme de terre
- Grain

Ce qu'on fait avec les alcools industriels

**Avant l'alcoolisme** vs **Après l'alcoolisme**

Troubles alcooliques: Tremblement, vomissements, Perte de l'appétit, Affaiblissement général, Prédilection aux maladies, Paralyse, Délirium tremens, etc.

Troubles physiques: Perte de l'appétit, Affaiblissement général, Prédilection aux maladies, Paralyse, Délirium tremens, etc.

Troubles moraux: Diminution de l'intelligence, Perte de la mémoire, Incapacité professionnelle, Dégradation morale, Irritabilité, Violence, Fureur.

**ORGANES SAINS**: Estomac, Foie, Cœur, Reins, Cerveau

**ORGANES d'ALCOOLIQUE**: Gastrite ulcéreuse, Cirrhose hépatique, Dégénérescence graisseuse, Ramollissement, Méningite

IVRESSE

ALCOOLISME

*"Le Vin est la plus saine et la plus hygiénique des boissons"*  
PASTEUR

**UN LITRE DE VIN de 10°**

CORRESPOND COMME NOURRITURE A

- 900 gr. de Lait
- 370 gr. de Pain
- 585 gr. de Viande
- 5 Oeufs

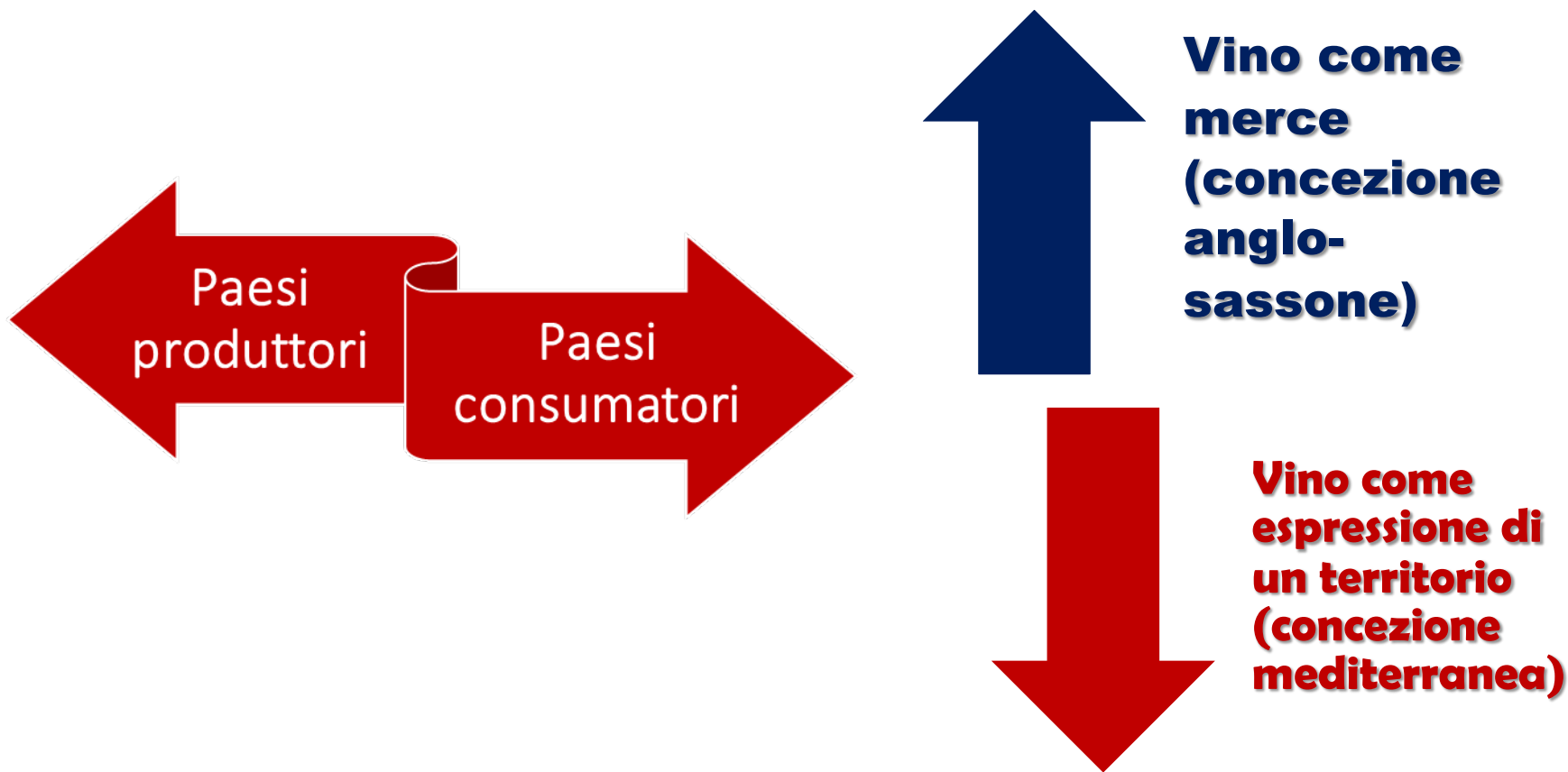
ADP

*"L'alcoolisme est tenu en échec par la consommation du Vin"*  
Dr BERTILLON

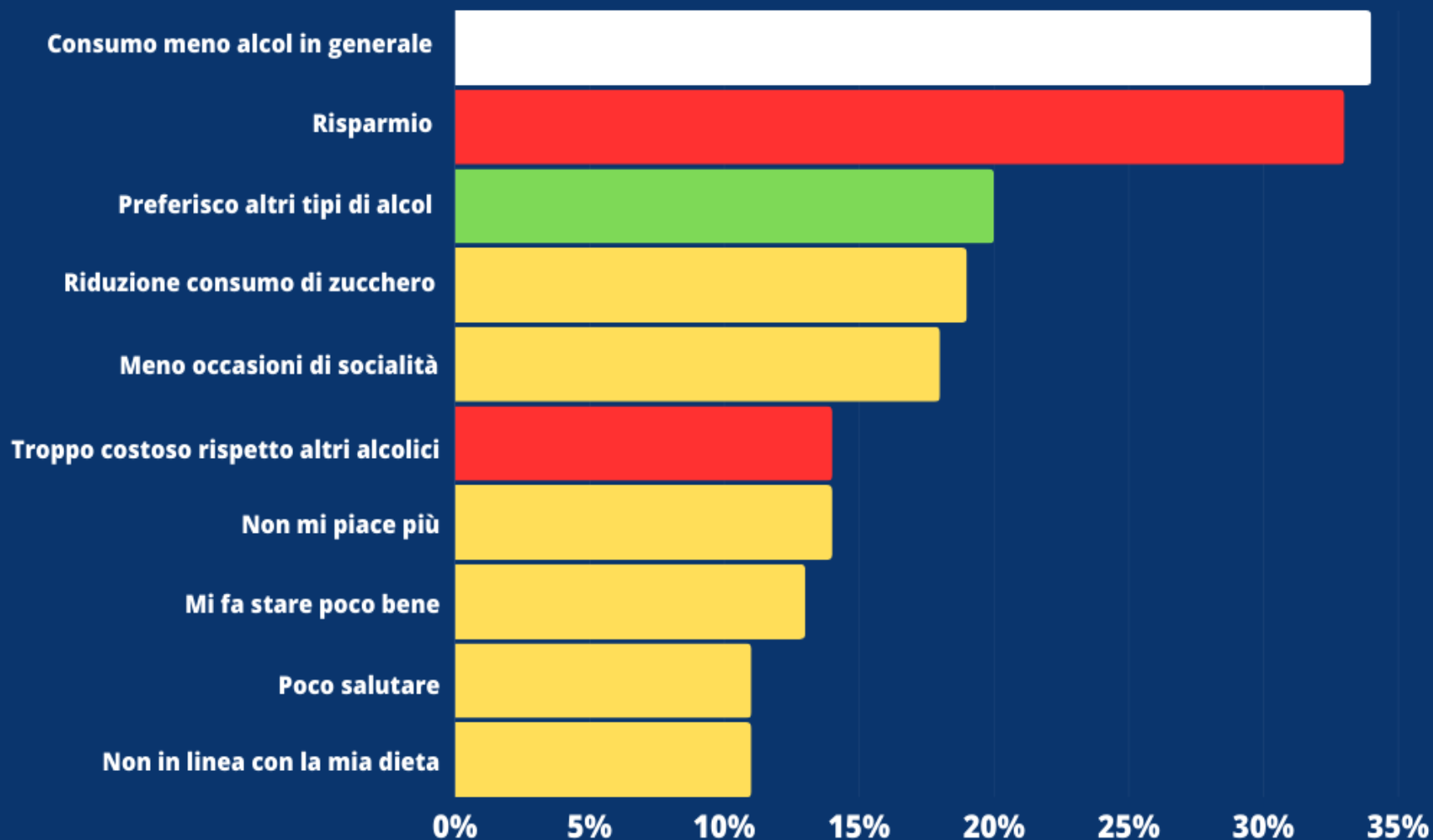
LEGGE EVIN (1991) CHE PROIBISCE IN FRANCIA LA PUBBLICITÀ DEGLI ALCOLICI



# Il difficile compromesso sui valori del vino per i Paesi produttori ed i Paesi consumatori



# Perché si riducono i consumi di vino



# **Vino in USA**

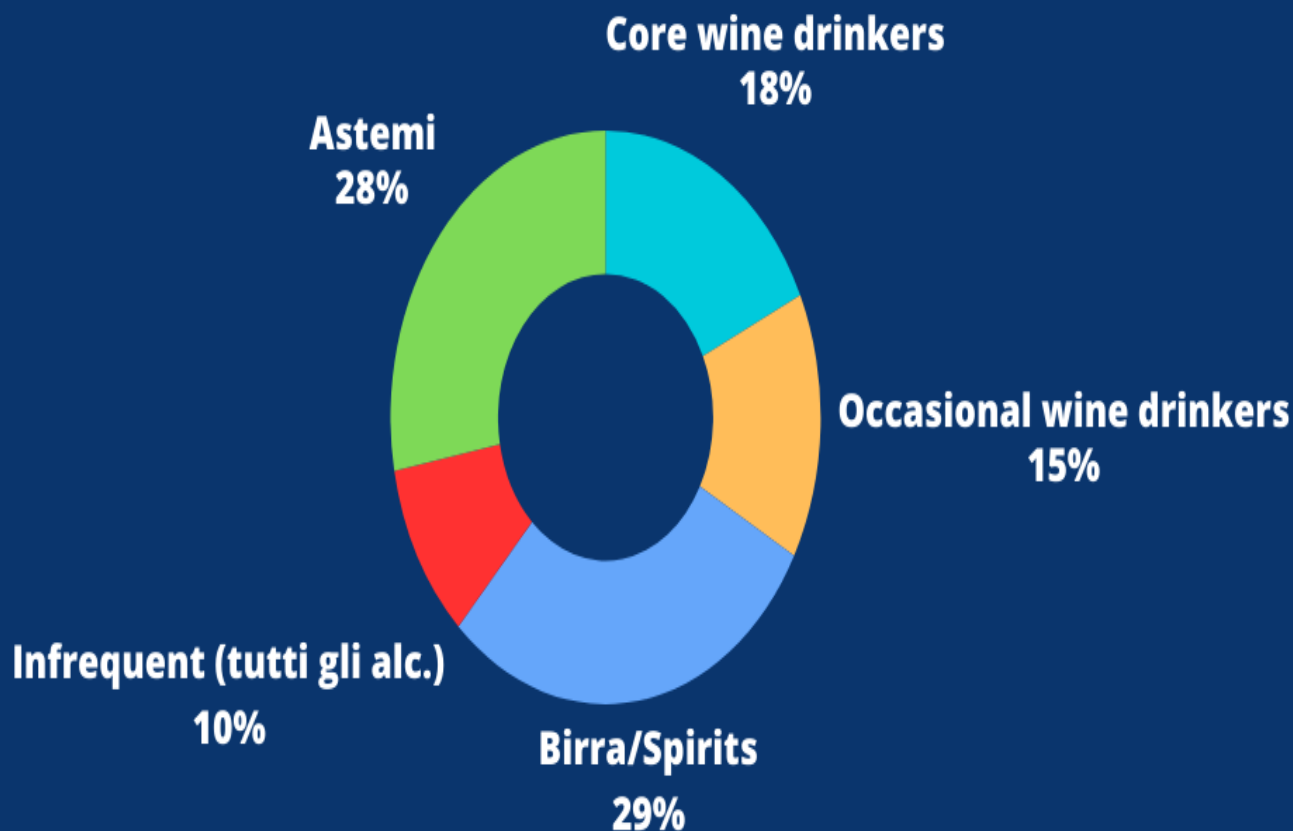
## **L'impatto dei cambiamenti in atto a livello generazionale, etnico e salutistico**

**Carlo Flamini**  
**responsabile Osservatorio del Vino**  
**Unione Italiana Vini**

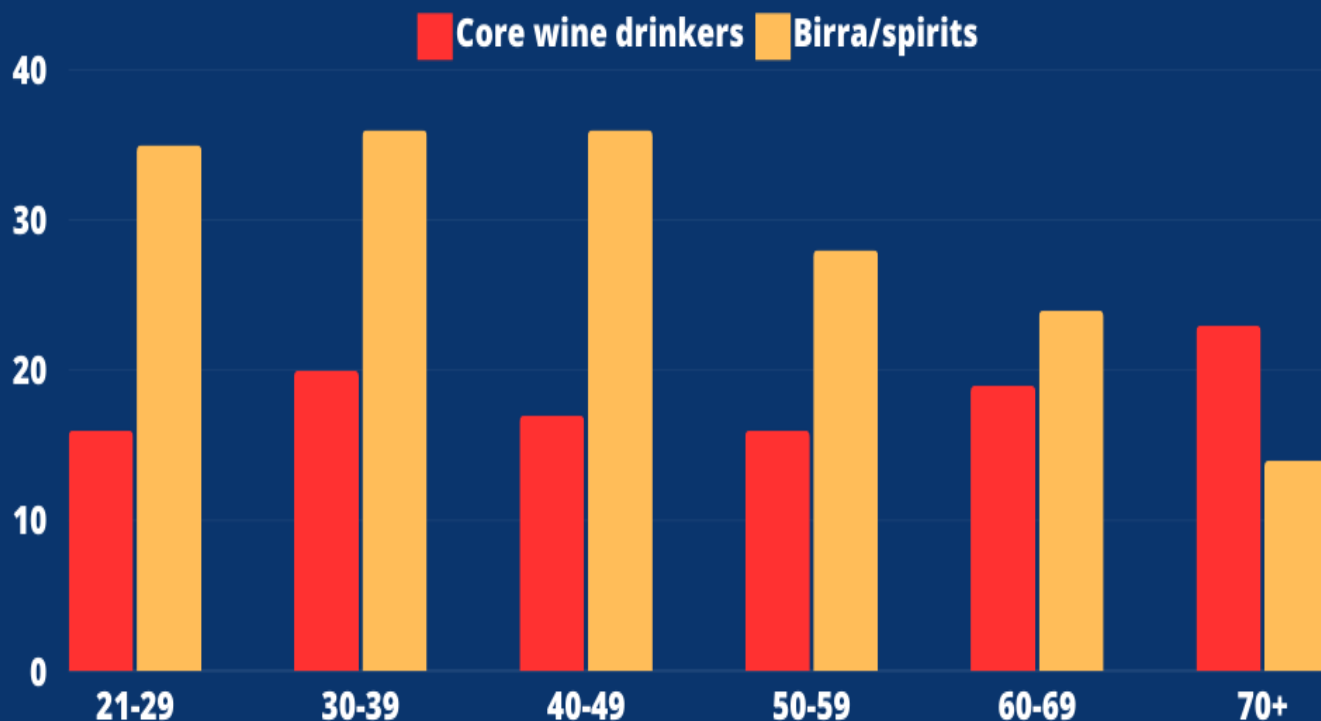


# Usa: fotografia dei consumatori

Totale LDA  
245 milioni  
Vino: 80 milioni

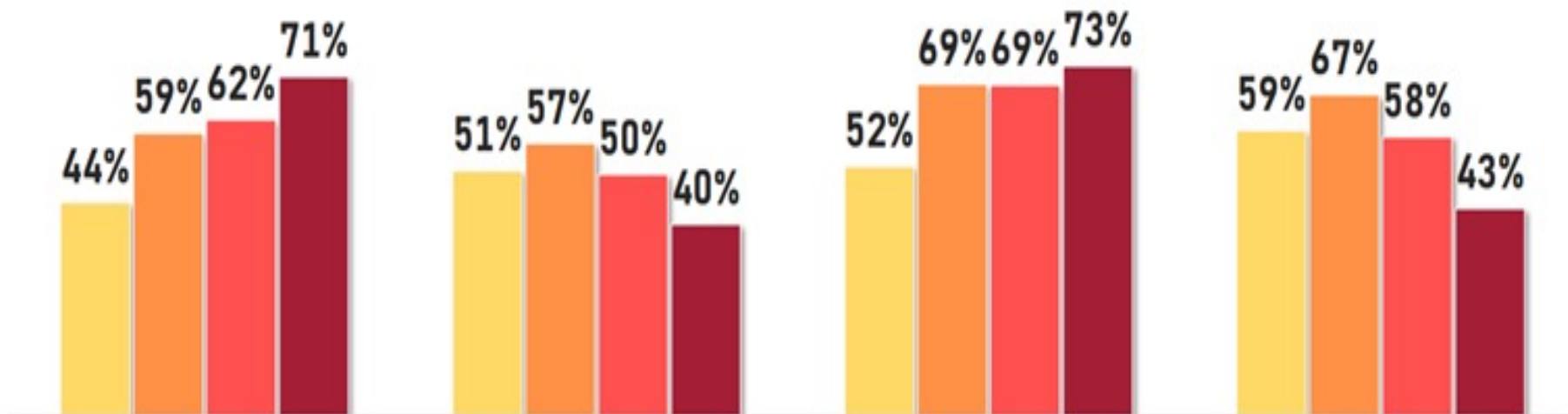


# Usa: consumatori per fasce d'età





**TASSO DI PENETRAZIONE PER GENERATION: VINO vs OTHERS**



Vino

Vino mixato

Birra

Spirits

GEN Z

MILLENNIALS

GEN X

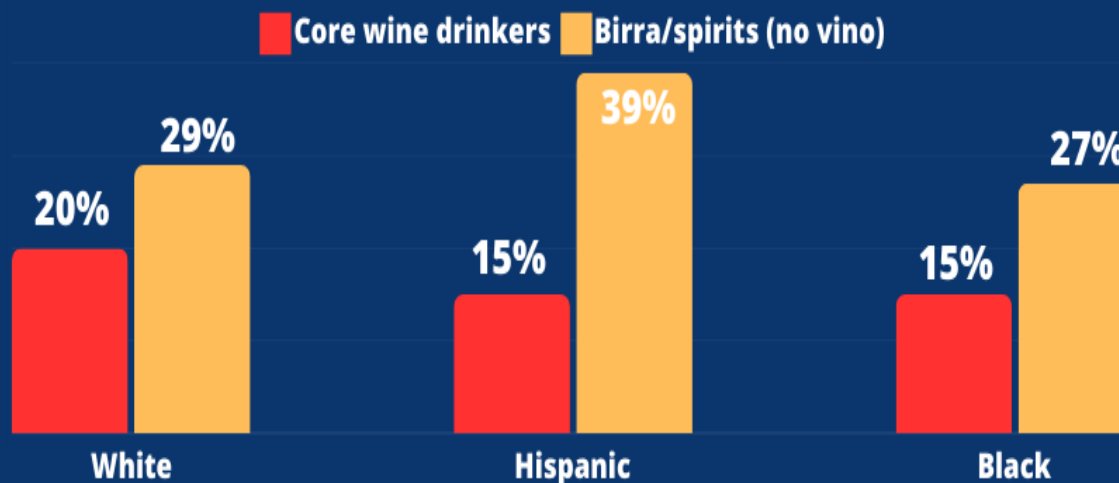
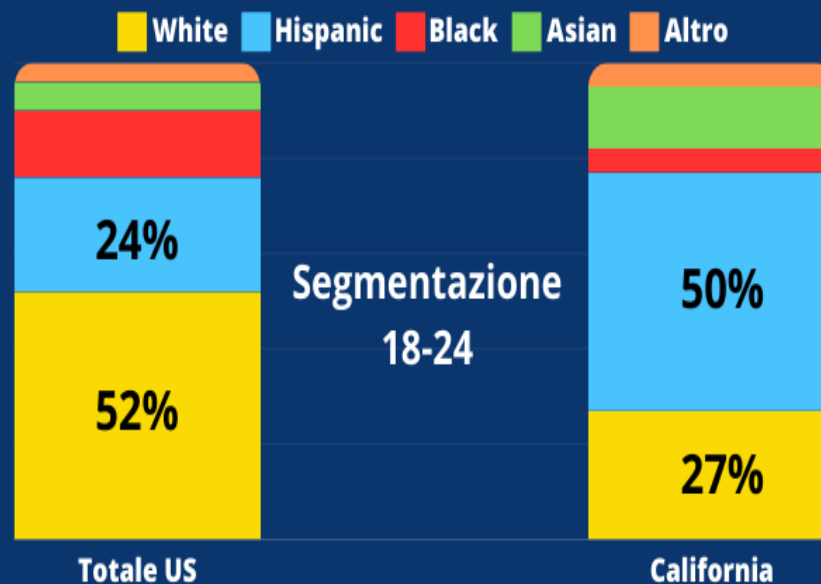
BABY BOOMERS



% USER CHE  
CONSUMANO VINO  
SOPRATTUTTO  
FUORI CASA

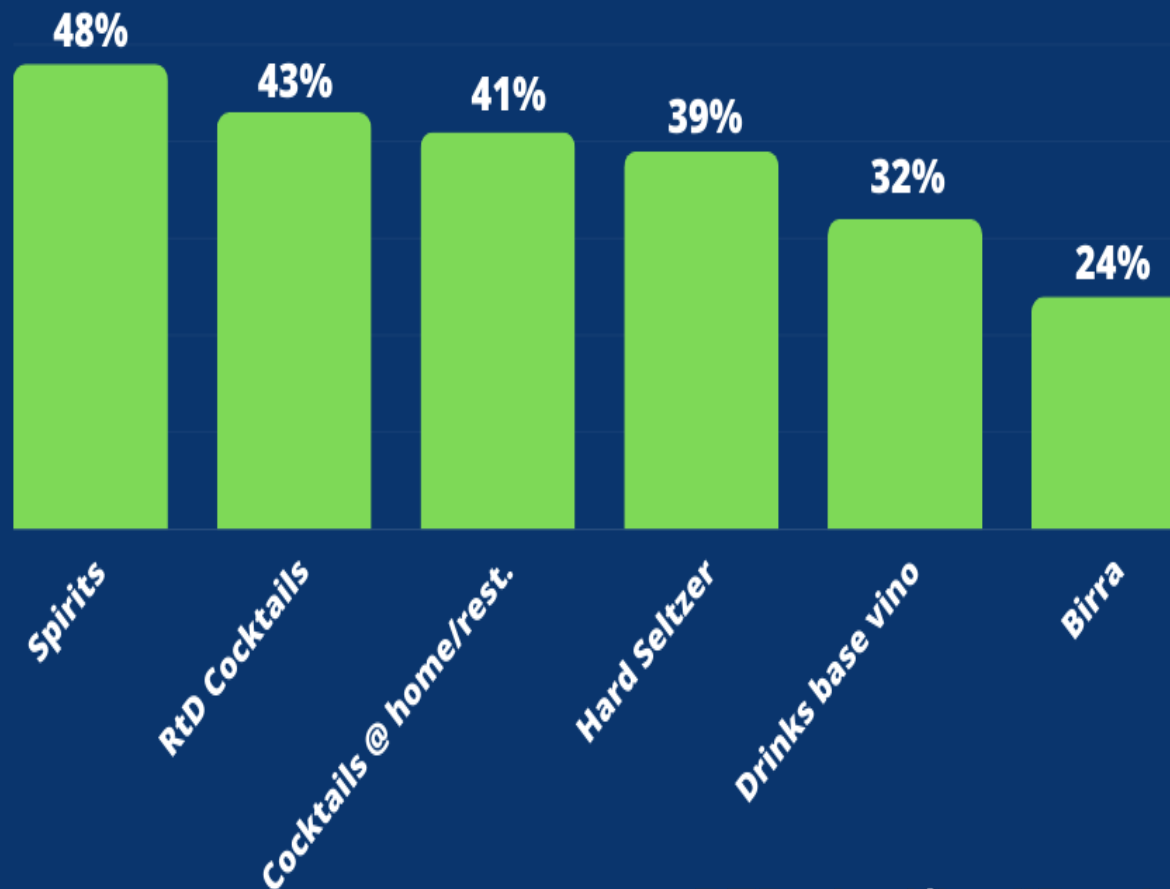


# Usa: il fattore etnico-generazionale



# L'alternativa al vino

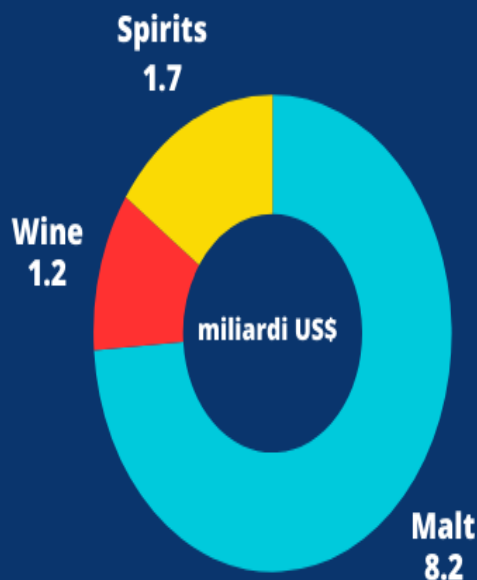
Base: consumatori che hanno ridotto i consumi di vino



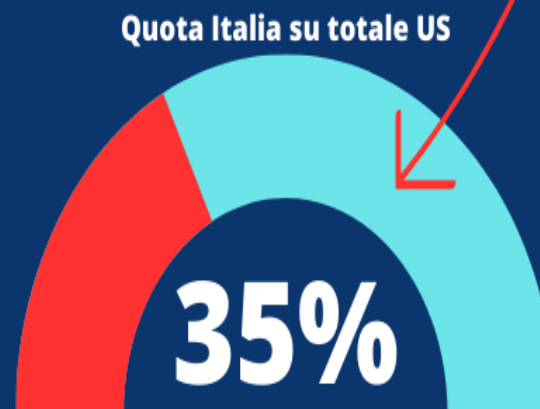
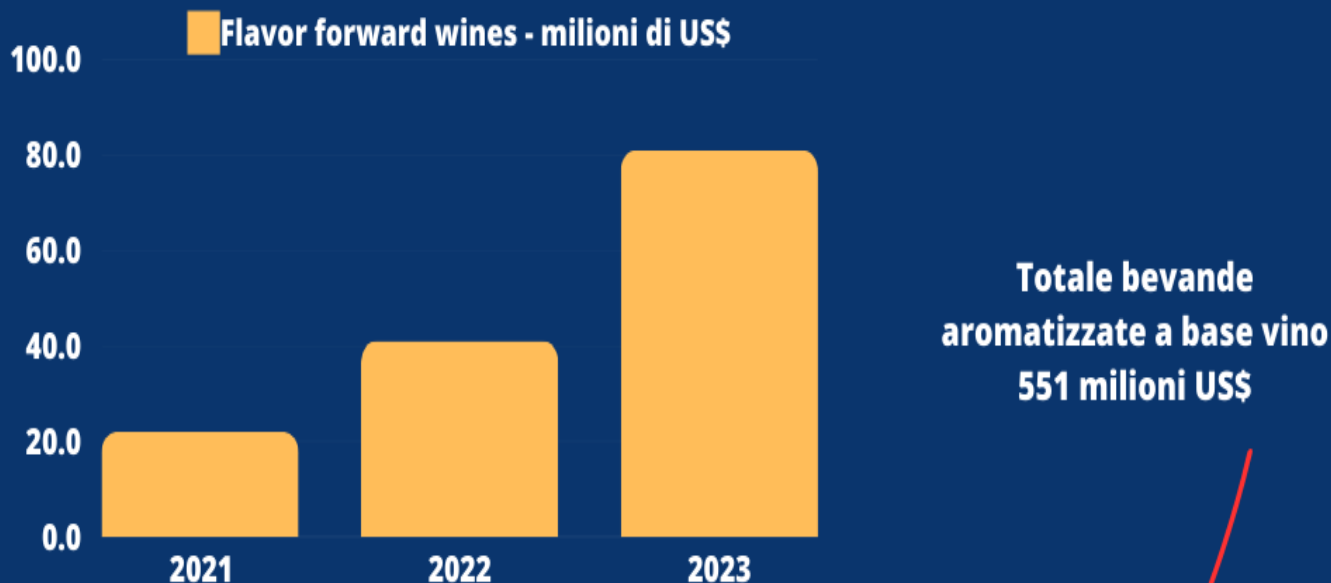
RTD significa "Ready-To-Drink",  
intrugli alcolici premiscelati creati  
appositamente per il consumo  
immediato

# L'evoluzione dei RtD's

RTD significa "Ready-To-Drink", intrugli alcolici premiscelati creati appositamente per il consumo immediato

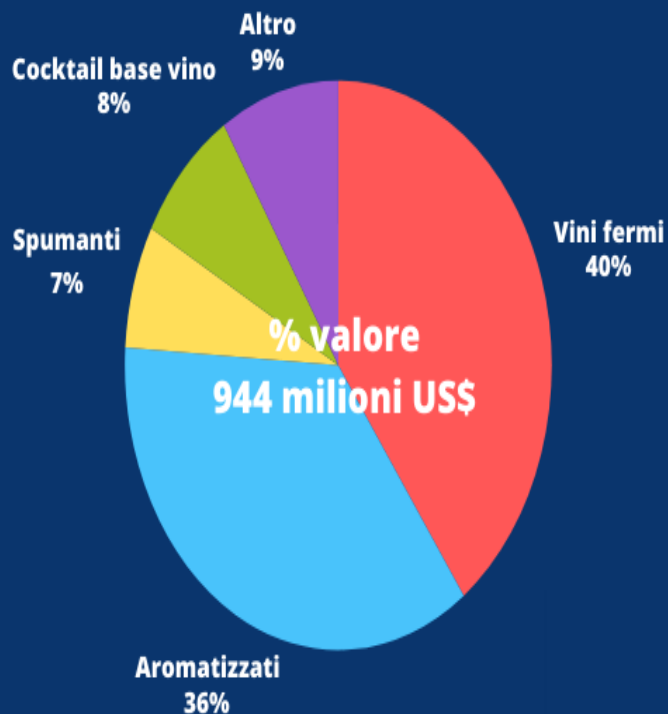


# Flavor forward wines

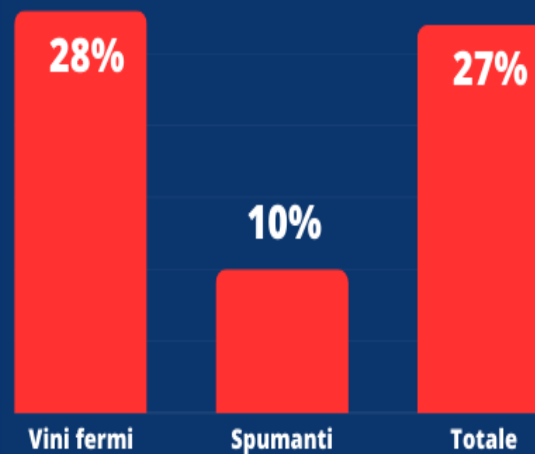


# Low-alcohol wines

< 7% vol

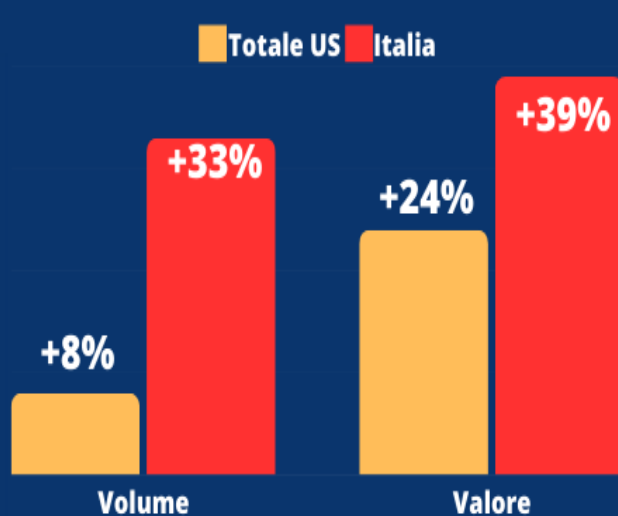


Incidenza low-alcohol su totale Italia (valore)

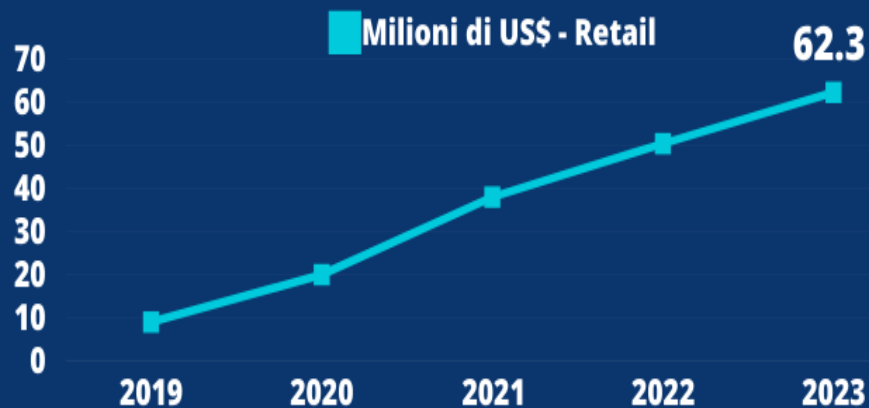
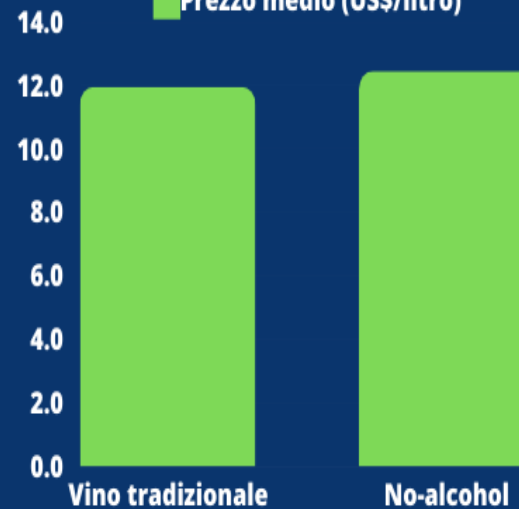


# No-alcohol wines

Variazioni 2023/22 - Retail



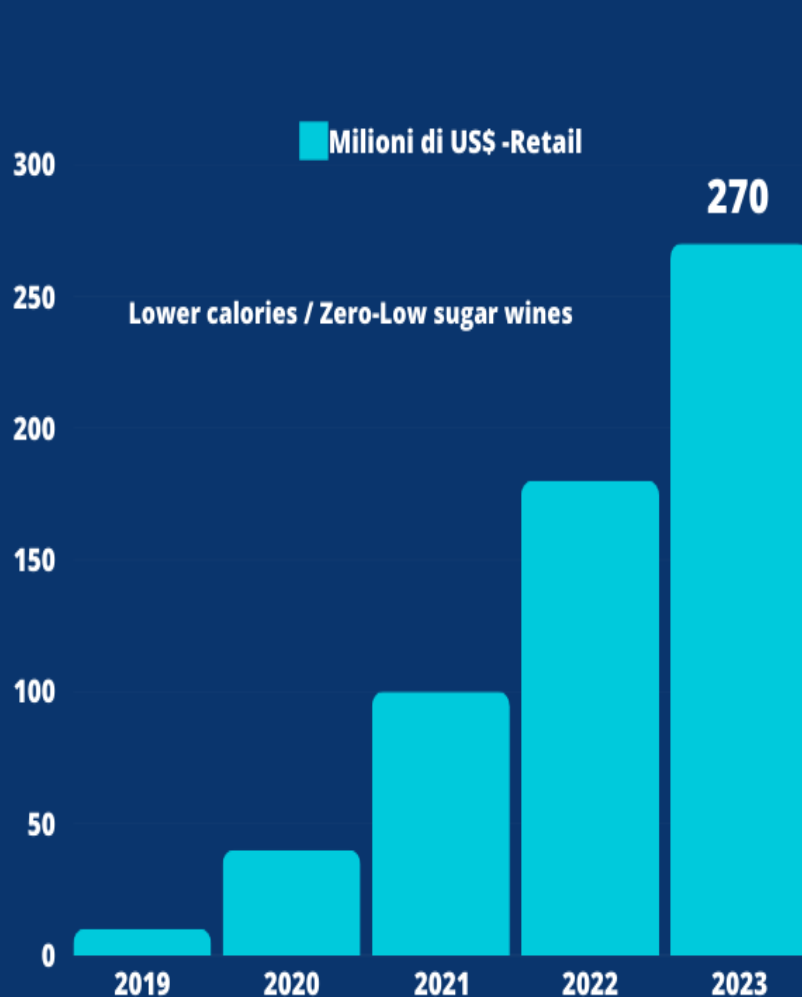
Prezzo medio (US\$/litro)



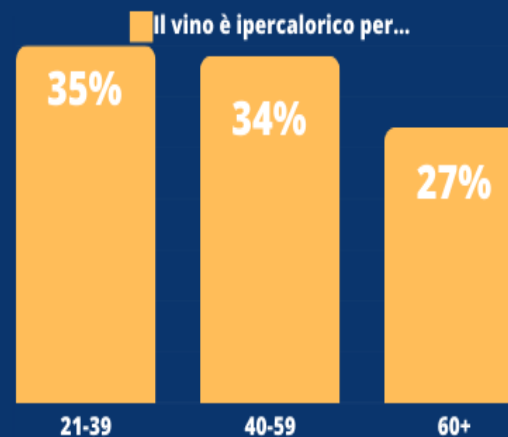
Quota no-alcohol su totale



# Il fattore zucchero



## Calorie e zucchero per fasce d'età





# L'identikit dei potenziali consumatori

## MOTIVAZIONI DI CHI CONSUMA O È INTERESSATO/A

mi permettono di guidare a fine serata	28
per godere dell'«esperienza aperitivo» senza alcool	27
sono meno caloriche del corrispettivo alcolico	25
posso berne in maggior quantità senza stare male	21
ne preferisco il sapore	15
sono astemio/a	13
sono più economiche del corrispettivo alcolico	12
per motivi religiosi/culturali non consumo alcool	3

# QUALI PROSPETTIVE LEGGERO/BASSO/NIENTE ALCOL ?

- I livelli di moderazione si sono elevati negli ultimi anni, con l'eliminazione del consumo di alcol in alcune occasioni (specialmente per i bevitori della generazione Z), seguita dal consumo di opzioni di bevande a basso contenuto di alcol (soprattutto con le età sotto i 55 anni)
- I benefici per la salute e le ragioni di opportunità per ridurre il consumo di alcol (ad esempio, la guida) sono ancora le principali motivazioni per scegliere vini a basso contenuto alcolico e senza alcol
- Le caratteristiche sensoriali sono il principale motivo per il consumo di vino ed i bevitori abituali rifiutano di acquistare i vini no-lo .Anche la convinzione che questi prodotti non siano un vino vero costituisce una barriera insuperabile .Si devono ancora superare queste percezioni negative per continuare a far crescere il consumo di questi vini

- I consumatori indicano le loro preferenze per il vino naturale, il vino biologico e il vino prodotto nel rispetto dell'ambiente e in modo sostenibile ma il comportamento d'acquisto, i trend di crescita suggeriscono significative opportunità di crescita nel vino leggero/a basso contenuto di alcol
- Le persone sono alla ricerca di alternative più sane al proprio stile di vita e il COVID ha accelerato enormemente questo processo.
- La salute e benessere hanno significati diversi nei consumatori : alcuni si concentrano sulla riduzione dello zucchero o delle calorie dalla dieta, altri cercano di aumentare il consumo di vitamine, probiotici e antiossidanti, alcuni si concentrano sul mangiare/bere ingredienti naturali e altri ancora cercano di moderare il consumo di consumo di alcool

**Il vino leggero/a bassa gradazione alcolica è un mercato da 1,1 miliardi di dollari ed è cresciuto con incrementi del 78% negli ultimi 2 anni, ma con una penetrazione di appena il 2,7%.**

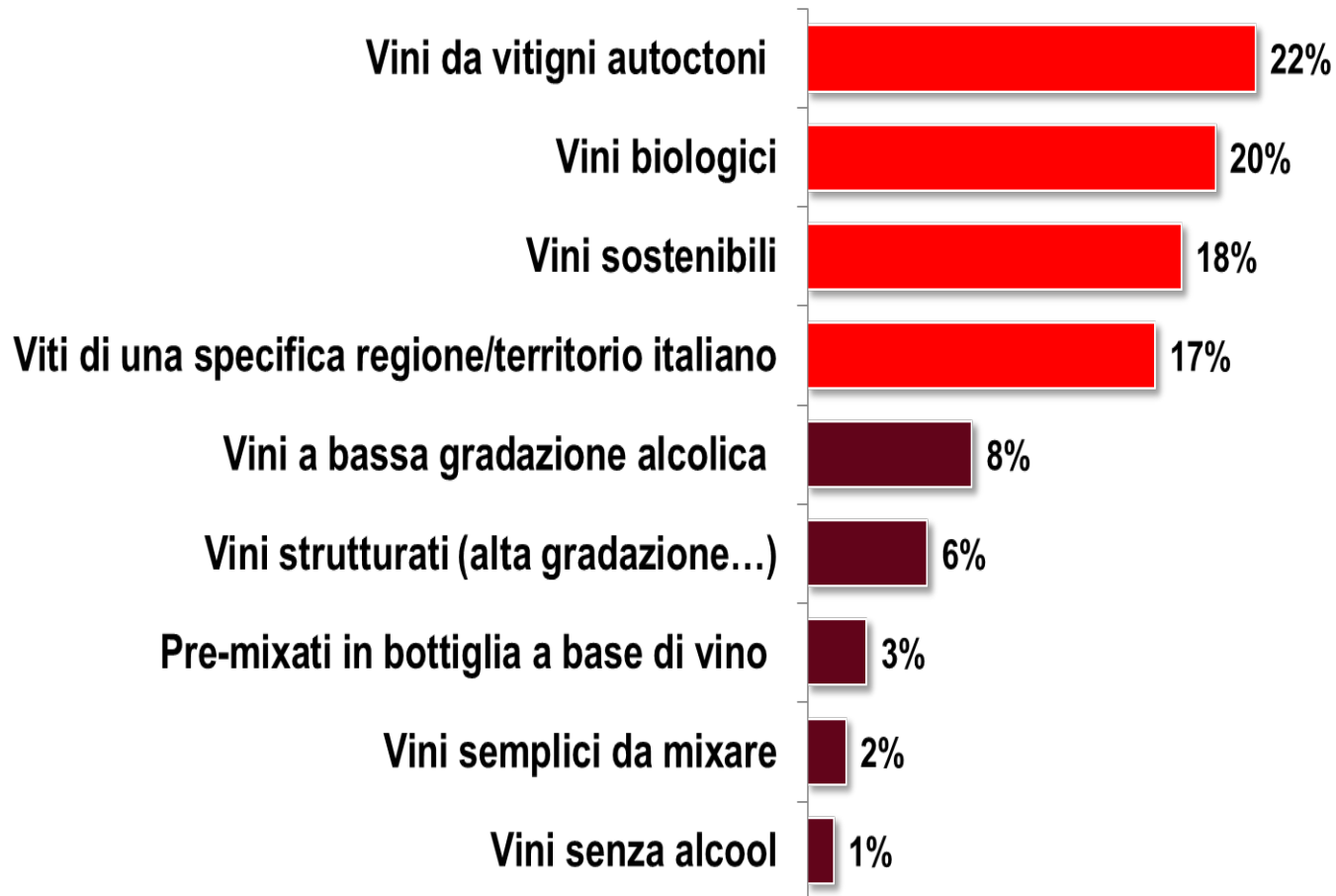
**L'Istituto di ricerche del vino californiano (IWRC) prevede una crescita costante e che il mercato del vino leggero/a basso contenuto di alcol potrebbe raggiungere i 4-6 miliardi di dollari, raggiungendo una penetrazione del 9% entro il 2029 .**

**Dal 1980 al 1990 la penetrazione della birra leggera è cresciuta dal 10% delle vendite al 25%, con una media dell'1,5% all'anno**

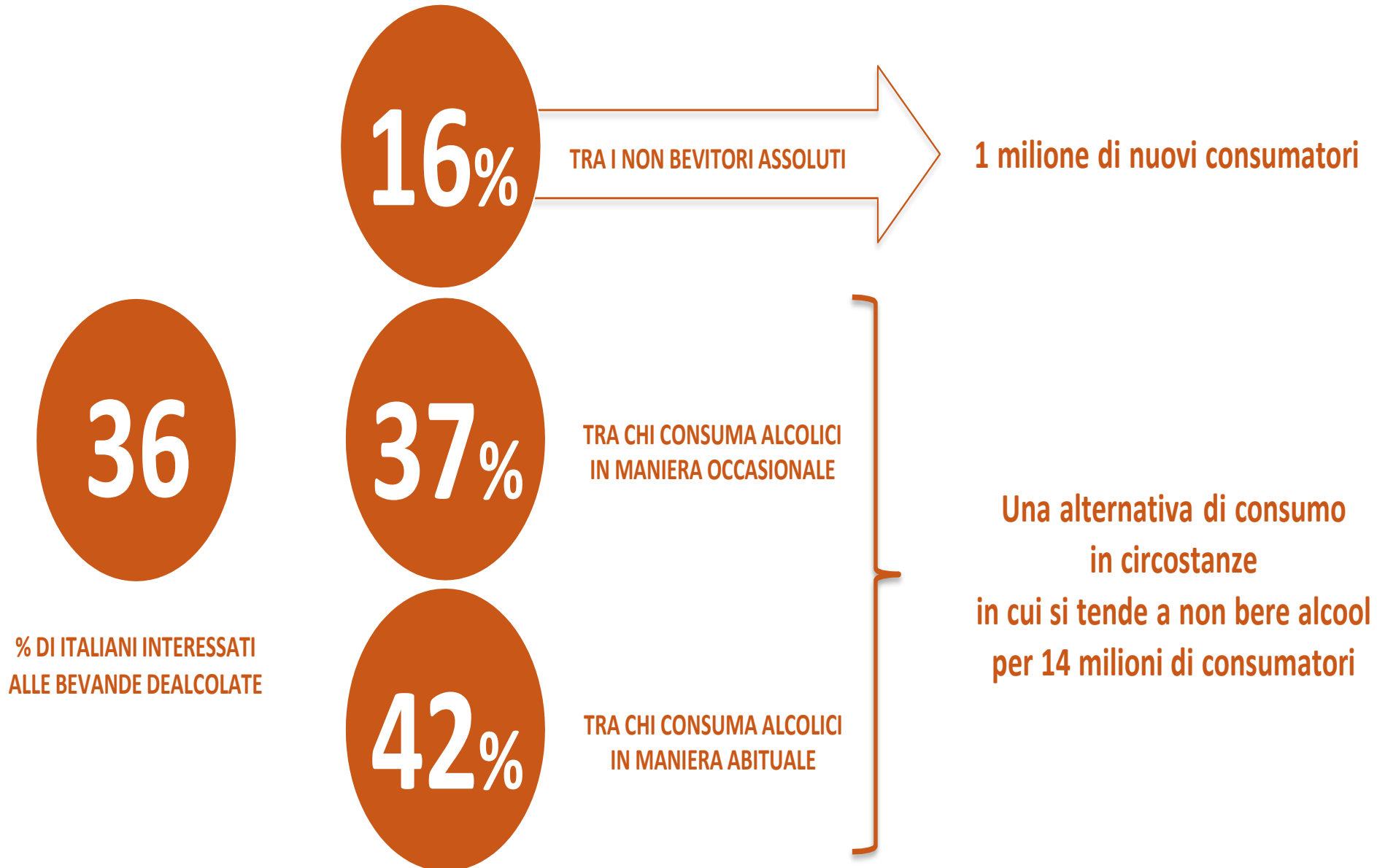
**Se applichiamo la curva di consumo della birra leggera al livello in cui si trova oggi il vino leggero/a bassa gradazione alcolica, potremmo vedere un 9-13% penetrazione, ovvero 4-6 miliardi di dollari entro il 2029**

**Birra/bevande analcoliche sono categorie vicarianti che confermano la tesi secondo cui i consumatori cercano opzioni a basso contenuto calorico/alc . inferiore .**

**In generale, quali sono, secondo Lei i vini che cresceranno di più in Italia nei prossimi 2-3 anni?**



# Il potenziale impatto sul mercato attuale (Italia)



**UN MILIONE DI NUOVI CONSUMATORI ITALIANI  
INTERESSATI A DEALCOLATI. MA NON SI  
POSSONO PRODURRE**

**NEGLI USA I “NOLO” VALGONO GIÀ 1  
MILIARDO DI DOLLARI**

**CASTELLETTI UIV : DA UNA PARTE SI  
PARLA DI ESPIANTI, DALL’ALTRA SI  
DEPRIME UN MERCATO POTENZIALE**



**Vino e malattie**

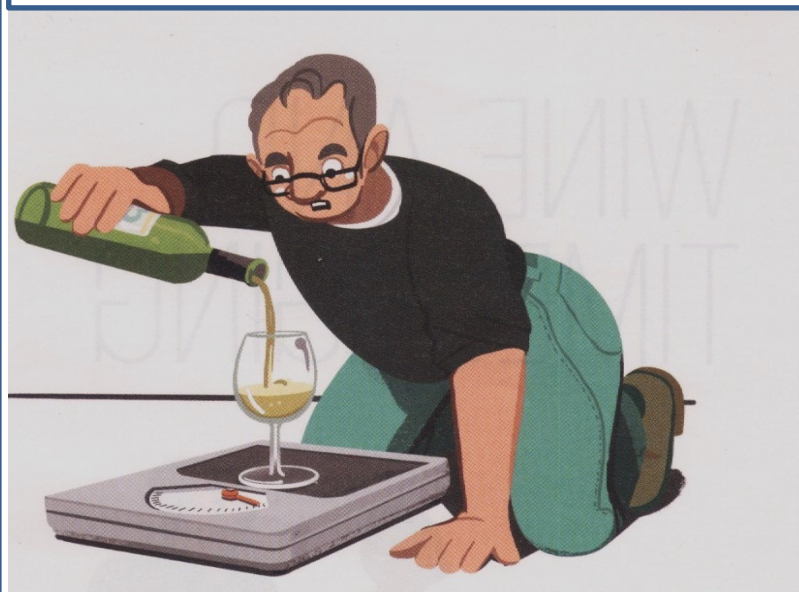


**Vino e cuore**

**I  
MESSAGGI  
POSITIVI  
DEL  
RAPPORTO VINO  
E  
SALUTE**

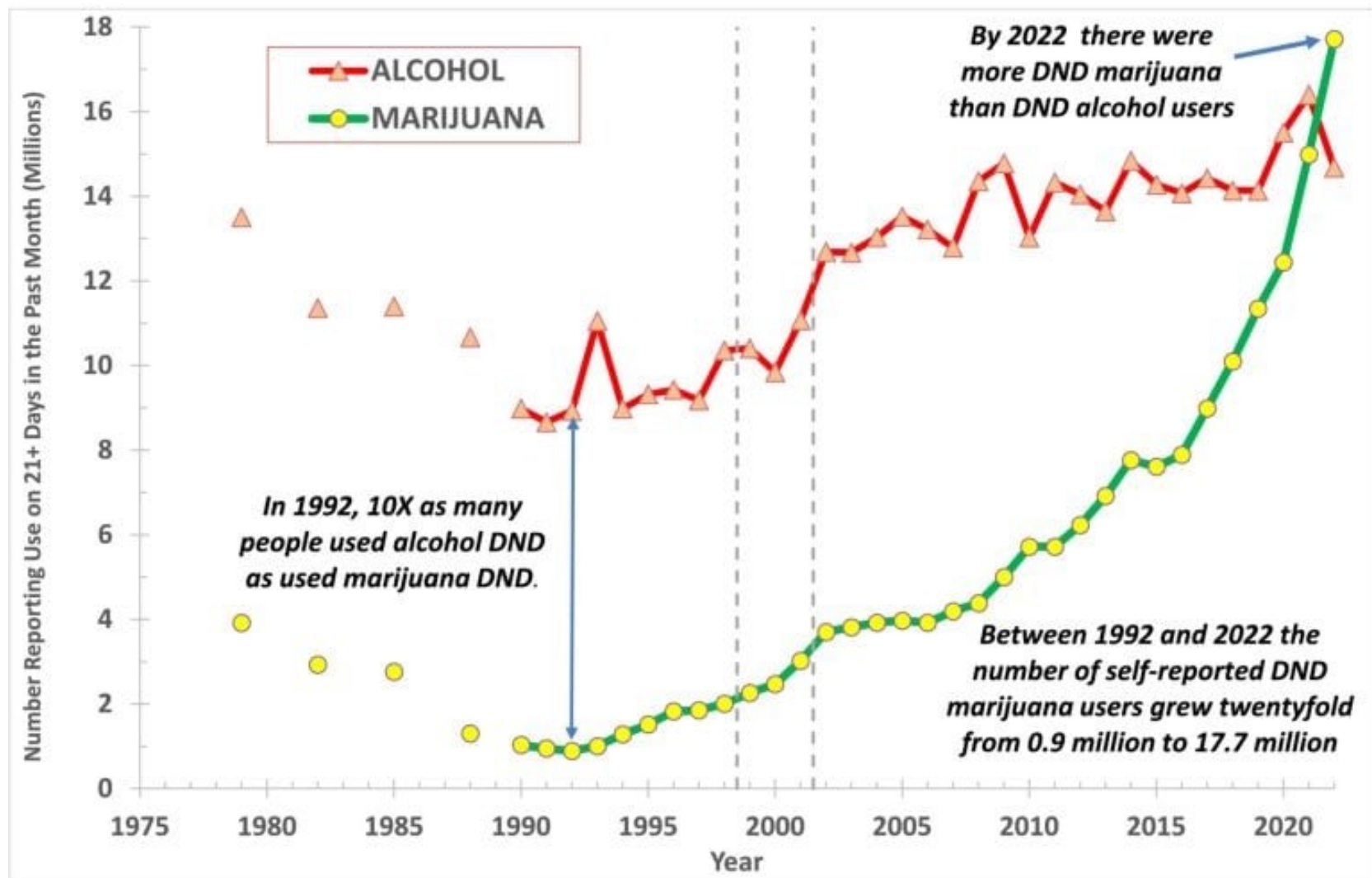


**Vino e senilità**



**Vino e peso**





**Per la prima volta il consumo di cannabis supera l'alcol. Lo studio shock che parla anche della crisi del vino - Gambero rosso, 30 maggio 2024**

# VINITALY 2024 : TAVOLA ROTONDA ORGANIZZATA DA UIV SUI NO LO

- Hanno portato le loro testimonianze 7 imprese (Argea, Doppio Passo, Hofstatter, Mionetto, Schenk, Varvaglione, Zonin) che costrette a dealcolare all'estero,
- Le imprese, che negli ultimi anni hanno ristrutturato metà del proprio vigneto (310 mila ettari) con erogazioni pubbliche pari a 2,6 miliardi di euro, sono disponibili a ridurre le rese, puntando sulla qualità sulla qualità ma potendo anche contare su un nuovo asset di mercato come quello dei *Nolo* che interesserebbe aree produttive più in difficoltà”. Questa possibilità potrebbe essere l’alternativa agli espianti finanziati

## **DEALCOLIZZATO E PARZIALMENTE DEALCOLIZZATO: COSA DICE LA LEGGE**

**Il limite del tenore alcolico che discrimina «dealcolizzato» e «parzialmente dealcolizzato» è quello accettato dall'Oiv nel 2012, pari a un volume alcolometrico dello 0,5%.**

**Può definirsi dealcolato un vino che ha subito una riduzione del titolo alcolometrico iniziale superiore al 20 per cento. I termini «dealcolizzato» (fino a 0,5%) o «parzialmente dealcolizzato» (sopra 0,5% ed entro la gradazione minima prevista dalla specifica categoria di vino sottoposto a dealcolizzazione) sono consentiti per il vino, per il vino spumante e per il vino frizzante gassificato**

**Sono esclusi i liquorosi, i vini da uve appassite o stramature, gli spumanti gassificati. La dealcolizzazione totale, come ricorda la stessa Oiv, è limitata ai prodotti senza denominazione di origine o indicazione geografica. Mentre la dealcolizzazione parziale è consentita per tutti i vini, i vini spumanti e i vini frizzanti gassificati**

# Cosa sono ?

- La **dealcolazione** è un processo mediante il quale si rimuove l'alcol da una bevanda alcolica. Nel contesto del vino, la dealcolazione può essere totale o parziale. La dealcolazione totale comporta la completa rimozione dell'alcol, mentre quella parziale riduce la quantità di alcol presente. Questo processo può essere utilizzato per produrre bevande a basso contenuto alcolico o senza alcol.

# I metodi

- 1. Osmosi inversa:** Questo metodo utilizza membrane per separare l'alcol dal vino attraverso un processo di filtrazione. L'osmosi inversa è efficace nel rimuovere l'alcol senza influenzare significativamente le caratteristiche organolettiche del vino
- 2. Nano filtrazione:** Simile all'osmosi inversa, la nano filtrazione utilizza membrane per separare l'alcol dal vino. Questo metodo è meno aggressivo rispetto alla distillazione e può preservare meglio gli aromi e il colore del vino
- 3. Dialisi:** La dialisi è un processo che coinvolge la separazione delle molecole di alcol attraverso una membrana semipermeabile. Questo metodo è delicato e può essere utilizzato per ridurre l'alcol senza alterare significativamente il profilo aromatico del vino

- 1. Pervaporazione:** La pervaporazione è un processo in cui il vino viene riscaldato e l'alcol viene vaporizzato e separato. Questo metodo è meno invasivo rispetto alla distillazione e può essere utilizzato per ottenere vini a basso contenuto alcolico
- 2. Tecnica del contattore a membrana:** Questo metodo utilizza una membrana per separare l'alcol dal vino. È un processo delicato che può preservare le caratteristiche organolettiche del vino.
- 3. Spinning Cone Column:** Questo metodo di distillazione a bassa temperatura può essere utilizzato per rimuovere l'alcol dal vino. Tuttavia, potrebbe influenzare leggermente il profilo aromatico del vino
- 4. Distillazione sottovuoto:** Questo metodo comporta la distillazione del vino a pressioni ridotte, riducendo così la temperatura di ebollizione dell'alcol. Anche questo metodo può influenzare il profilo aromatico del vino, ma è meno invasivo rispetto alla distillazione tradizionale

# LA DISTILLAZIONE

**Per ottenere un prodotto vitivinicolo dealcolizzato sono tre le tecniche di separazione (recepte dal regolamento Ue 2021/2117), che possono essere usate sia singolarmente sia in modo combinato:**

**la distillazione,**

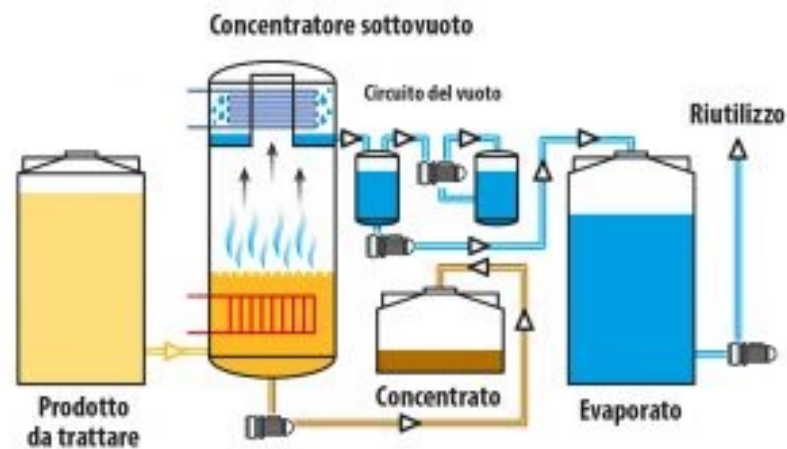
**le tecniche di membrana, l'  
'evaporazione sotto vuoto.**

**Il processo di distillazione avviene in due fasi. Il vino viene condotto in una colonna di distillazione a una temperatura di 30 gradi, che consente una delicata estrazione dei composti altamente volatili. Il processo viene, quindi, ripetuto per la rimozione della componente alcolica. Il limite di questa tecnica è che diversi composti aromatici evaporano con l'alcol**



# L'EVAPORAZIONE SOTTO VUOTO

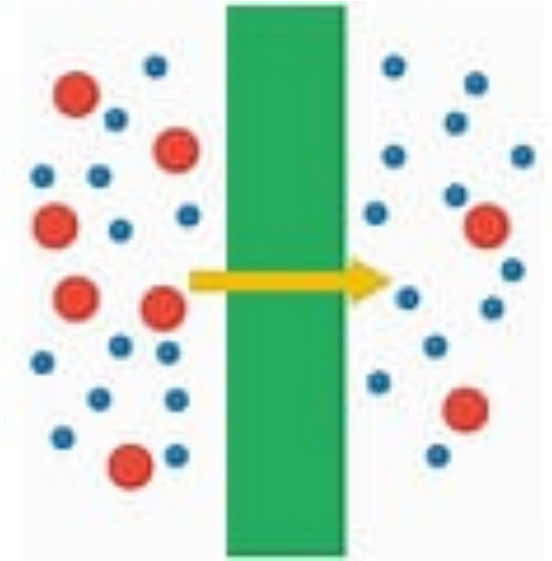
Secondo questa tecnica, l'evaporazione dell'alcol dal vino è ottenuta tramite la rotazione di coni in un processo che avviene in un ambiente sottovuoto. L'alcol etilico ha una temperatura di evaporazione di circa  $78^{\circ}\text{C}$ , più bassa dell'acqua ( $100^{\circ}\text{C}$ ). In condizioni di sottovuoto, che abbassano la temperatura di evaporazione, a circa  $20^{\circ}\text{C}$  si riesce a eliminare l'alcol senza rimuovere l'acqua. Solo una parte del vino viene completamente dealcolizzata per ridurre al minimo la perdita complessiva di aromi.





# LE TECNICHE DI MEMBRANA (OSMOSI INVERSA)

Si tratta di una filtrazione a pressioni elevate, tramite membrane estremamente sottili pari a un milionesimo di millimetro (nanofiltrazione), con cui vengono estratti i composti aromatici e i composti fenolici. L'operazione viene fatta prima della rimozione dell'alcol dal vino attraverso la distillazione. Le quantità d'acqua che si ottengono tramite questa tecnica (permeato) vengono aggiunte di nuovo al vino per abbassare la gradazione alcolica complessiva. Il limite è che l'etanolo che viene estratto dal vino non può essere riutilizzato perché eccessivamente diluito in acqua





**NO LO**

**PER I  
PRODUTTORI  
NON C'E  
PIU'TEMPO  
DA PERDERE**

**ASTEMI SE  
GUIDATE**

**VERSO  
DESTINAZIONEI  
ANALCOLICHE  
( ISLAM)**

**VINI POCO  
ALCOLICI PER  
GLI ASTEMI**

# CINQUE DOMANDE SULLA COMUNICAZIONE DEI VINI DEALCOLATI (F.Minetti)

- **SONO ALTERNATIVI AL VINO ?** Comunicare con continuità con il vino, ma anche rivolgersi ad un segmento di consumatori non abituati al vino
- **QUANTO CONTA IL TERROIR ?** I vitigni aromatici, prodotto semi industriale, senza tradizione, non insistere quindi sul terroir
- **CHE DOMANDA INTERCETTANO ?** Sono per i nuovi consumatori o per momenti di consumo particolari (1 mil. in Italia di non bevitori di alcolici, etici, salutisti ?)
- **QUALI SONO I BENCHMARK ?** Le grandi aziende vinicole ma anche i produttori di bevande analcoliche di Paesi non viticoli, molto più spregiudicati nelle confezioni e denominazioni
- **QUALE E' L'ARMA SEGRETA ?** Quella dell'inclusività : sei incinta ? Sei un atleta ? Hai problemi di salute ? Va migliorata però la qualità e fatta una narrazione diversa da quella che fa per il vino (tradizione, profilo sensoriale, concorsi, etc)

***Abbiamo la mente per pensare ma non le gambe  
per camminare***

**“Le persone intelligenti si impegnano a comprendere il nuovo e lo ritrovano nel passato,attualizzandolo.I mediocri invece cercano il vecchio anche negli oggetti moderni e quindi si annoiano”**

**Bruno Zevi 1997 *Storia e contro storia dell'architettura in Italia*, Newton, Roma,**