vinetur

Italia acelera su apuesta por los vinos sin alcohol

El sector prevé un salto del 90% en 2026, con el 91% de la producción destinada a exportación

jueves 16 de abril de 2026



La producción italiana de vinos dealcoholizados podría aumentar un 90% en 2026, según un estudio del Observatorio Uiv-Vinitaly presentado en Verona durante Vinitaly. El informe sitúa además en el 91% la parte de esa producción que iría a exportación, con el canal retail como principal vía de venta, con un 77%.

El sector parte todavía desde una base pequeña. En Alemania, Reino Unido y Estados Unidos, los vinos No-Lo —sin alcohol o con bajo contenido alcohólico— movieron en 2025 algo más de 1.200 millones de euros en la gran distribución, con 160 millones de botellas vendidas. La cuota de mercado de los productos italianos ronda el 2,5%, una cifra que refleja la entrada tardía de Italia en este segmento por años de bloqueo normativo.

Los productores consultados por el observatorio creen que el avance dependerá de tres factores: calidad, encaje legal y claridad en el etiquetado. Varios participantes advirtieron de que en los lineales internacionales conviven vinos dealcoholizados con otras bebidas que usan vino o mosto como base, lo que puede confundir al consumidor. Por eso piden una identificación más precisa del producto y una referencia clara al origen italiano.

Fedele Angelillo, directivo de Mack & Schühle Italia, señaló que la calidad debe ser el eje del negocio y explicó que su grupo trabaja en una planta en Puglia con capacidad para 8 millones de botellas. También indicó que la empresa lleva dos años analizando productos en mercados internacionales y que muchas referencias no cumplen las expectativas del consumidor.

Desde Mionetto, Alessio del Savio afirmó que los mercados más activos son Alemania, Reino Unido y Polonia, además de Estados Unidos. Según su experiencia, el consumo de estos vinos no sustituye solo al vino tradicional, sino que también atrae a personas que antes no compraban vino. Añadió que el segmento puede servir como puerta de entrada para nuevos consumidores.

El estudio recoge también la posición de Unione Italiana Vini sobre la regulación. Paolo Castelletti explicó que la normativa europea permite los dealcoholizados con indicación geográfica, pero que en Italia el Testo Unico no lo autoriza sin cambios legales. A su juicio, la cadena productiva ya está preparada para incorporar esta categoría.

En restauración, la presencia sigue siendo limitada. La chef Cristina Bowerman contó que introdujo opciones sin alcohol en su local de Roma en 2019 y que la demanda ha subido después de la pandemia. Aun así, dijo que en su carta solo mantiene dos referencias porque la calidad disponible no siempre responde a lo esperado.

El informe también apunta a diferencias entre tipos de producto. Los “zero alcohol” avanzan mejor que los “low alcohol”, sobre todo en espumosos. En Reino Unido crecieron un 24% y en Estados Unidos un 15%, mientras que los productos italianos registraron subidas superiores en algunos casos. Entre las razones de compra pesan sobre todo la salud y la conducción, aunque el estudio señala que mejora la percepción sobre la calidad.

La encuesta muestra además una distancia clara entre mercados exteriores e Italia. En el país sigue pesando más el consumo tradicional y el interés por estos vinos es bajo entre restaurantes y consumidores jóvenes. El 71% de los establecimientos consultados por Fipe-Uiv dijo no tener intención de incluirlos en carta, mientras solo un 3% afirmó venderlos ya con normalidad.