Il futuro degli spirit? Meno alcol, più tecnologia

e3166bc9-2361-4525-a452-cffbbe84380b

La tendenza c’è e i primi a intercettarla sono stati i bartender: il low/no alcol è un fenomeno di cui si parla molto e - secondo una larga parte degli addetti ai lavori - finirà con l’impattare profondamente sul comparto beverage. Proprio l’evoluzione delle drink list, che hanno ampliato la presenza di opzioni analcoliche o con gradazione ridotta, è il miglior indizio dell’esistenza di una domanda emergente da parte degli italiani, in particolare i più giovani. Il problema, però, è come il fuori casa risponderà a questa domanda. Accrescerà gli acquisti di spirit analcolici, quindi di prodotti ideati appositamente per questa esigenza di consumo? O sceglierà una strada diversa, che passa dalla mixology, mitigando in altro modo il contenuto alcolico proposto al cliente?

Piccole nicchie crescono

Al momento, i numeri fanno propendere per la seconda ipotesi. In base ai dati a fonte Circana, gli spirit analcolici hanno infatti un’incidenza marginale, pari allo 0,6% delle vendite a volume realizzate dai grossisti di bevande nell’anno terminante a novembre 2025. Se guardiamo al cash & carry, l’altro canale di approvvigionamento dei punti di consumo del fuori casa, la quota è ancora inferiore e si attesta ad appena lo 0,4% dei volumi di bevande commercializzati.
I giochi, però, sono tutt’altro che fatti, perché sempre le rilevazioni Circana raccontano di incrementi a tre cifre rispetto al 2023: +145,7% per le vendite a volume di siprit analcolici nel canale cash & carry e addirittura +149,1% per i grossisti di bevande. L’incremento vertiginoso è indubbiamente legato anche alle dimensioni, ancora assai ridotte, di questa nicchia di mercato, però è comunque un segnale di vitalità da non sottovalutare.

L’investimento di Branca International in Altr

C’è poi un altro aspetto che fa immaginare prospettive interessanti per gli spirit analcolici: le mosse (strategiche) dei produttori. Un esempio recente è arrivato da Branca International, che ha reso noto di aver investito in Altr, società specializzata nello sviluppo di soluzioni avanzate per la gestione

dell’etanolo nei prodotti alcolici, dai vini agli spirit. L’operazione va inquadrata, per ammissione della stessa azienda milanese, in una visione di lungo periodo del settore e dei modelli di consumo, sempre più orientati verso una maggiore varietà di esperienze e occasioni d’uso.

L’etanolo si rimuove a livello molecolare

Per capire cosa c’è dietro questa iniziativa, è necessario dire qualcosa di più di Altr. Si tratta di una società statunitense che ha sviluppato una soluzione tecnologica proprietaria che consente di ridurre o rimuovere l’etanolo a livello molecolare, preservando struttura, profilo aromatico e identità sensoriale delle bevande. Un approccio che intende andare oltre la tradizionale dealcolizzazione, offrendo ai produttori uno strumento flessibile per modulare il contenuto alcolico senza compromettere il gusto, la complessità e il rituale del bere.
L’idea di fondo – evidentemente condivisa da Branca International – è far coesistere tecnologia e tradizione, consentendo ai brand di esplorare nuove applicazioni e ai consumatori di accedere a una gamma più ampia di scelte, all’interno di un’unica cultura del bere. Nessuna contrapposizione o semplificazione, ma più opzioni all’interno dello stesso universo di consumo.

Un approccio industriale aperto all’innovazione

Dal punto di vista di Branca International, l’investimento – di cui non è stato reso noto l’ammontare – viene definito come un’opportunità per affiancare alla propria tradizione industriale e al proprio portafoglio di marchi una competenza tecnologica emergente, potenzialmente rilevante nel medio-lungo periodo, in grado di supportare future evoluzioni di prodotto e di mercato.
«*Il nostro compito è osservare con attenzione come si evolve il settore e investire in soluzioni che ne accompagnino lo sviluppo nel tempo* - ha dichiarato **Niccolò Branca, presidente di Branca International** -. *Altr rappresenta una tecnologia interessante perché amplia le possibilità a disposizione dei produttori e dei consumatori, senza mettere in discussione il valore, la qualità e l’identità dei prodotti. È un investimento che guarda al futuro, con un approccio aperto e industriale*».