

Regno Unito: un mercato aperto e ricettivo, che richiede alta professionalizzazione

scritto da Agnese Ceschi | 27 Gennaio 2026



Gianluca Antonini racconta la nascita di Mack & Schühle UK e le strategie per presidiare uno dei mercati più complessi e competitivi al mondo. Un'analisi lucida tra opportunità, sfide post-Brexit, GDO evoluta e crescita sostenibile basata su dati, brand e solidità operativa.

Con oltre venticinque anni di esperienza nel settore FMCG (*Fast-Moving Consumer Goods*) britannico, **Gianluca Antonini** rappresenta una figura di riferimento per comprendere le dinamiche di uno dei contesti più competitivi e sofisticati del panorama internazionale del vino: il Regno Unito. Avendo

ricoperto ruoli apicali come General Manager e UK Finance & Operations Director in realtà di primo piano come Zonin UK e Benchmark Drinks, Antonini ha maturato una profonda competenza nello sviluppo di nuovi prodotti, nell'export e nel business development di brand ad alta visibilità. Oggi guida la nascita e lo sviluppo di Mack & Schühle UK, una scelta strategica che riflette la volontà del Gruppo di presidiare direttamente un mercato chiave, complesso e in continua evoluzione.

In questa intervista, Antonini analizza le motivazioni alla base della nuova divisione, le opportunità e le sfide del Regno Unito e le strategie adottate per costruire una crescita solida e sostenibile nel contesto post-Brexit.

Da quali esigenze è nata la scelta di creare questa divisione nel Regno Unito?

La creazione di Mack & Schühle UK nasce dall'esigenza di presidiare direttamente un mercato che, pur essendo tra i più maturi al mondo, continua a rappresentare un riferimento internazionale per dinamismo, complessità e capacità di anticipare le tendenze. **Negli ultimi anni il Gruppo ha registrato una crescita significativa in Europa, negli Stati Uniti e a livello globale;** l'apertura di una filiale nel Regno Unito è quindi la naturale evoluzione di un percorso di espansione che mira a rafforzare la presenza del Gruppo nei mercati chiave, aumentando la prossimità ai clienti e la possibilità di sviluppare progetti dedicati.

Che vantaggi ha una struttura locale?

Operare con una struttura locale ci consente di avere un controllo molto più puntuale sulle attività commerciali, sulla gestione dei brand e sulle dinamiche promozionali, elementi fondamentali in un mercato dove precisione, coerenza e velocità decisionale sono determinanti. Una filiale dedicata consente inoltre di costruire relazioni più profonde e

durature con i partner della GDO e dell'on-trade, grazie a un **dialogo diretto e immediato, a una maggiore capacità di ascolto e a un approccio realmente calibrato sulle esigenze di ciascun partner commerciale.**

In un contesto competitivo come quello britannico, la vicinanza al cliente e la conoscenza delle logiche di categoria consentono di definire piani commerciali più efficaci, basate su analisi di dati concreti, insight di mercato aggiornati e una visione a lungo termine. La gestione integrata di logistica, previsioni e attività di marketing rappresenta infine un vantaggio essenziale, contribuendo a costruire relazioni solide, affidabili e orientate a una crescita sostenibile.

Quali caratteristiche interessanti ha ad oggi questo mercato?

Il Regno Unito occupa una posizione unica nello scenario internazionale: è un mercato altamente analitico, rapido nell'adottare nuove tendenze e particolarmente attento a valorizzare marchi capaci di offrire una proposta chiara, distintiva e coerente. **Nonostante le recenti pressioni economiche, il consumatore britannico continua a privilegiare vini con un'identità ben definita, un solido equilibrio qualità-prezzo e una narrazione dell'origine autentica e credibile.**

La GDO inglese è tra i sistemi distributivi più avanzati al mondo. Le decisioni assortitive si basano su dati granulari costantemente aggiornati, e i retailer valutano con grande attenzione parametri quali posizionamento prezzo, performance del brand e soprattutto solidità operativa del fornitore. È un contesto che premia precisione, affidabilità e capacità di costruire progetti a lungo termine.

Quali sono i principali ostacoli da superare in questo mercato? E con quali strategie?

Il mercato britannico presenta sfide significative, molte delle quali di natura strutturale. La competizione è estremamente elevata: il numero di operatori è molto ampio e il consumatore è abituato a un'offerta ricca, variegata e spesso molto aggressiva in termini di prezzo. L'inflazione e l'aumento della tassazione sugli alcolici, intensificatisi negli ultimi anni, hanno accentuato la sensibilità del mercato al posizionamento prezzo, **rendendo più complesso mantenere un equilibrio sostenibile tra valore percepito, margini e continuità commerciale per retailer e fornitori.**

Parallelamente, **la supply chain continua a rappresentare un nodo critico:** l'aumento dei costi logistici, i lead time più lunghi e una normativa sempre più articolata impongono un livello di pianificazione molto più rigoroso rispetto al passato.

Quale strategia avete ideato per affrontare queste sfide?

La nostra strategia per affrontare queste sfide si fonda su tre direttrici principali. In primo luogo, una gestione operativa altamente strutturata, basata su previsioni accurate e su un planning condiviso con i clienti, che permette di garantire continuità e affidabilità. In secondo luogo, un portafoglio ampio e diversificato, capace di rispondere sia alle esigenze commerciali sia alle opportunità del segmento premium, offrendo proposte competitive e distintive. Infine, **investiamo nella costruzione di brand forti, con un'identità visiva chiara, uno storytelling credibile e una qualità costante nel tempo.**

Operare attraverso una filiale diretta nel Regno Unito ci

consente inoltre di ridurre le complessità operative, migliorare l'efficienza in tutte le fasi del processo – dalla negoziazione alla gestione degli stock – e reagire con maggiore agilità alle evoluzioni del mercato.

Brexit e mercato del vino: ci sono ancora gli strascichi di questa scelta?

Gli effetti della Brexit sono ancora evidenti, soprattutto sul fronte amministrativo e logistico. **Le procedure di importazione richiedono più documentazione, i tempi di sdoganamento sono più lunghi e i costi operativi risultano più elevati rispetto al periodo pre-Brexit.** Questo ha reso indispensabile un approccio molto più strutturato, basato su processi interni solidi e su una supply chain capace di mantenere continuità anche in condizioni di stress.

Detto questo, il settore ha dimostrato resilienza. **Le aziende più strutturate hanno investito in processi interni più efficienti, sistemi informatici aggiornati, soluzioni logistiche integrate e, in alcuni casi, in modelli ibridi di produzione come l'imbottigliamento in UK.** Oggi il Regno Unito rimane un mercato aperto e ricettivo, ma richiede un livello di professionalizzazione più alto. L'esistenza di una filiale come Mack & Schühle UK ci permette di essere agili, ben preparati e pienamente allineati alle richieste normative e operative del post-Brexit.

Punti chiave

- 1. Presidio diretto del mercato UK** come scelta strategica per rafforzare controllo, relazioni e sviluppo di progetti dedicati.
- 2. Centralità di dati e pianificazione** in un mercato

altamente analitico e guidato da decisioni assortitive rigorose.

3. **Competizione elevata e pressione sui prezzi**, accentuate da inflazione e aumento delle accise sugli alcolici.
4. **Supply chain più complessa post-Brexit**, che richiede processi strutturati e affidabilità operativa.
5. **Crescita sostenibile basata su brand forti**, portafoglio diversificato e visione di lungo periodo.