

Regno Unito: si beve meno spesso, ma quando si beve si beve di più

scritto da Veronica Zin | 11 Settembre 2026



Il Drinkaware Monitor 2026 mostra un Regno Unito che modera le occasioni di consumo alcolico ma intensifica il binge drinking nelle sessioni residue. Cresce la moderazione dichiarata, ma cala la quota di chi beve poco per volta. Pesano anche i prezzi in aumento, mentre le differenze regionali e il calo del vino completano un quadro polarizzato.

Nel Regno Unito il rapporto con l'alcol si sta polarizzando: da un lato, un numero record di consumatori dichiara di moderare il proprio consumo, dall'altro, chi continua a bere lo fa con maggiore intensità, e il binge drinking settimanale è in crescita.

Questo è il quadro che emerge dal Drinkaware Monitor 2026, ripreso da Harpers, [Research finds both moderation and binge drinking on the rise](#).

Il 91% dei consumatori britannici, pari a circa 42 milioni di persone, dichiara di adottare almeno una tecnica di moderazione, contro l'87% del 2025. La strategia più diffusa resta il drink-free day, seguita dal 71% dei bevitori, mentre il 48% ricorre a prodotti low o no alcol per contenere i consumi, in crescita rispetto al 44% dell'anno precedente. Il 39% dei consumatori dichiara di frequentare pub e bar meno spesso rispetto a dodici mesi fa, una quota che sale al 48% tra chi ha attivamente cercato di ridurre il consumo.

Ma la fotografia si complica quando si guarda alle occasioni in cui si beve davvero. La quota di consumatori che nella sessione tipica assume quattro unità alcoliche o meno è scesa dal 71% al 67%, mentre chi ne consuma sette o più è salita dal 14% al 17%. Il binge drinking settimanale, che nel Regno Unito corrisponde a otto o più unità per gli uomini e sei o più per le donne, coinvolge ora il 13% dei bevitori (6,3 milioni di persone), in aumento rispetto all'11% del 2025. **Drinkaware sintetizza il fenomeno dicendo che le tecniche di moderazione non vengono adottate in modo uniforme in tutte le situazioni di consumo.**

Ma c'è un pezzo che Harpers non racconta: il fattore prezzo

L'articolo di Harpers si concentra sul dato comportamentale, ma non entra nel merito delle ragioni economiche che potrebbero spingere una parte dei consumatori a bere meno spesso. A colmare questa lacuna è un altro articolo, basato sugli stessi dati Drinkaware, come riportato da AOL, [Cost of living is more likely to prompt drinkers to cut back than health concerns](#).

Secondo questa fonte, **il 34% dei bevitori britannici starebbe**

moderando il consumo per motivi economici, in un contesto in cui il prezzo medio di una pinta di birra nel Regno Unito è cresciuto di circa il 36% negli ultimi quattro anni. Lo stesso articolo segnala un altro dato significativo: la quota di consumatori che rientra nelle linee guida raccomandate (14 unità settimanali) è scesa per la prima volta dal 2018, passando dal 82% al 78%. Un'inversione di tendenza che ridimensiona la lettura puramente valoriale della moderazione, e la colloca anche dentro una logica di sostenibilità della spesa.

C'è poi un articolo di Drinks Retailing News, [Drinkaware research shows UK's moderation trend continues](#), che dimostra come la stampa di settore interpreti certi dati come un segnale di mercato.

Nello specifico, la testata sottolinea come questi numeri rappresentino **un'occasione per produttori, retailer e operatori dell'ospitalità di rendere la moderazione più visibile e accessibile proprio nei momenti in cui il rischio di eccedere è più alto**. Il calo delle visite in pub e bar (39%, che sale al 48% tra chi modera attivamente) viene letto non come una minaccia strutturale al canale on-trade, ma come uno spazio da colmare ampliando la scelta e la visibilità delle alternative low e no alcol.

Il Regno Unito, comunque, non è un blocco unico

I dati aggregati nazionali nascondono differenze regionali significative e non mostrano come, in realtà, le abitudini di consumo siano diverse su scala regionale.

Un articolo di Newsletter.co.uk, [Northern Irish adults drink less often than wider UK, but consume more alcohol when they do](#), applica infatti la lente regionale agli stessi dati Drinkaware, con un focus sull'Irlanda del Nord.

Qui la quota di adulti che beve quattro o più volte a settimana si ferma all'8%, contro il 15% della media britannica, mentre chi beve una volta al mese o meno raggiunge il 34%, contro il 27% nazionale. **Un pattern di consumo più discontinuo**, che secondo la testata conferma quanto le occasioni sociali, dalle vacanze alle giornate di sole, restino il vero terreno di prova per la tenuta delle strategie di moderazione.

E il vino, in questo quadro?

Il Drinkaware Monitor non distingue tra categorie di bevande alcoliche; quindi, **non offre indicazioni dirette sul vino**.

Tuttavia, Lumina Intelligence ha pubblicato un report lo scorso giugno, con focus sulla categoria vino nello specifico, [UK Alcohol Trends 2026: What's Changing Across Beer, Wine and Spirits](#), secondo cui il vino nel Regno Unito starebbe perdendo sia quota di mercato sia frequenza di consumo, mentre le categorie in crescita sarebbero i superalcolici e il sidro, percepiti come più flessibili e adattabili a occasioni di consumo più selettive e moderate.

Se il quadro tracciato da Drinkaware descrive un consumatore britannico che beve meno spesso ma più intensamente nelle occasioni che contano, il vino sembra faticare proprio a ritagliarsi un posto in queste occasioni residue.

Punti chiave

1. **Moderazione in crescita:** il 91% dei bevitori britannici adotta almeno una tecnica di riduzione del consumo.
2. **Binge drinking in aumento:** il 13% dei bevitori supera le soglie settimanali raccomandate, in crescita rispetto al 2025.

3. **Fattore prezzo determinante:** il 34% modera i consumi per motivi economici, complice il rincaro delle pinte di birra.
4. **Differenze regionali marcate:** l'Irlanda del Nord beve meno spesso ma con maggiore intensità rispetto alla media nazionale.
5. **Vino in difficoltà:** la categoria perde quota e frequenza di consumo a favore di superalcolici e sidro.