

Corea del Sud, crollo consumi alcolici: il budget si sposta su viaggi ed esperienze

scritto da Emanuele Fiorio | 3 Luglio 2026



Storico giro di boa in Corea del Sud: nel primo trimestre 2026 la spesa per l'alcol crolla ai minimi da sette anni. Non si tratta di crisi, ma di una rivoluzione culturale guidata dal benessere e dal movimento "sober curious". I budget familiari si spostano così dai banconi dei bar a viaggi, cene fuori ed esperienze.

La Corea del Sud, storicamente nota per essere una delle nazioni a più alto consumo di alcol pro-capite in tutta l'Asia, sta vivendo un'inedita e drastica stagione di moderazione. Secondo i dati macroeconomici ufficiali diffusi dal Korean Statistical Information Service (KOSIS) e da Statistics Korea, la spesa reale delle famiglie per le bevande

alcoliche ha toccato il **livello più basso degli ultimi sette anni nel primo trimestre del 2026.**

Al netto dell'inflazione, la spesa media mensile a nucleo familiare è scesa a 13.000 KRW (poco più di 7 euro), registrando un **calo secco del 9,0% su base annua.** Questa flessione non rappresenta un episodio isolato, bensì il **decimo trimestre consecutivo di contrazione**, un trend strutturale iniziato alla fine del 2023 che non ha risparmiato nemmeno il *Seollal* (il Capodanno lunare), una festività in cui tradizionalmente i consumi di alcolici subivano impennate vertiginose per i brindisi celebrativi.

Non è austerità, è riallocazione del budget

Un'analisi incrociata dei dati rivela che questo progressivo allontanamento dalla bottiglia non è dettato da un improvviso regime di austerità o da una contrazione generale delle disponibilità economiche. Nello stesso periodo, infatti, la spesa reale complessiva dei consumatori coreani è **cresciuta tra il 3,1% e il 5,3%.** Siamo di fronte a una vera e propria **riallocazione strategica del budget familiare.** Il denaro risparmiato al bancone dei locali viene riversato sul tempo libero e sulla cura di sé:

- **Boom dei viaggi:** La spesa mensile per i viaggi di gruppo e all'estero è balzata da 66.000 a **79.000 KRW.**
- **Fuori casa di qualità:** Il budget destinato a ristorazione e strutture ricettive è cresciuto del **5,1%**, raggiungendo i 458.000 KRW al mese.

Il consumatore sudcoreano sta chiaramente preferendo l'esperienza e l'esplorazione al consumo abituale di alcol.

Il “reset culturale” che abbatte i vecchi miti aziendali

Il fenomeno rispecchia una tendenza macro-regionale intercettata anche dagli analisti di *NielsenIQ*, secondo cui circa il 30% dei consumatori dell'area Asia-Pacifico ha dichiarato di aver ridotto l'assunzione di alcolici. Tuttavia, in Corea del Sud la metamorfosi assume contorni radicali.

“I consumatori dell'area APAC non bevono più per abitudine, ma bevono con uno scopo preciso”, spiega James Phillips, responsabile del settore beverage alcohol di NielsenIQ. “Il passaggio a un consumo consapevole non è una moda passeggera, ma un reset culturale che sta ridefinendo il come, il quando e il perché la gente beve”.

A sorprendere gli osservatori locali è soprattutto la demografia di questa svolta. Sebbene il movimento **“Sober Curious”** (la scelta consapevole di ridurre al minimo l'alcol senza per questo dichiararsi rigidamente astemi) sia popolarissimo tra i giovani, i dati diffusi dall'agenzia *Yonhap News* mostrano che il calo più drastico della spesa destinata agli alcolici si registra nei nuclei familiari guidati da **cinquantenni (-10,2%)** e da **ultrasessantenni (-6,9%)**.

Questo dato sancisce il **declino definitivo del *hoe-sik***, la storica e talvolta estenuante cultura aziendale delle bevute rituali e forzate tra colleghi nel post-ufficio. **Un'abitudine scardinata** prima dai distanziamenti della pandemia e oggi seppellita da una diffusa e trasversale attenzione alla salute e al benessere fisico.

Le aziende inseguono il “grado zero”, il vino europeo trema

La rapidità di questa transizione sta costringendo i colossi

della produzione a ridefinire i propri cataloghi. La catena di grande distribuzione **E-mart** ha segnalato che nel corso dell'ultimo anno le **vendite di birre leggere** (a ridotto contenuto calorico e di zuccheri) sono decollate del **32%**, mentre le **opzioni dealcolate** e *alcohol-free* sono cresciute del **21%**. Un dato in aperta controtendenza con le vendite della birra tradizionale, calate del 6,4%.

Marchi storici del Paese come **HiteJinro** e **Lotte Chilsung** stanno progressivamente abbassando la gradazione alcolica dei loro prodotti di punta e accelerando lo sviluppo di alternative a zero gradi, tentando di riposizionarsi sul mercato non più come semplici produttori di bevande, ma come veri e propri marchi di *lifestyle*.

Questo scenario viene monitorato con forte apprensione anche dai consorzi europei di esportazione. Storicamente, la Corea del Sud – forte di un PIL pro-capite che è quasi tre volte superiore a quello cinese e di **consumi pro-capite che nel 2022 si attestavano a 8,2 litri** (contro i 6,3 del Giappone e i 4,5 della Cina) – era considerata la valvola di sfogo ideale per compensare il forte raffreddamento del mercato vinicolo cinese.

Dopo il picco storico del 2021 (76,6 milioni di litri), le importazioni coreane di vino avevano subito una forte correzione al ribasso, scendendo a 52 milioni di litri nel 2024. Nonostante un colpo di coda e una parziale ripresa nel 2025 (+9%, risalendo a 56,7 milioni di litri), l'attuale contrazione strutturale dei consumi interni solleva **seri dubbi sulla tenuta a lungo termine di questa piazza** commerciale. La Corea del Sud sta cambiando pelle e il mondo del beverage dovrà adattarsi rapidamente se vorrà rimanere rilevante.

Punti chiave:

1. **Minimo storico dei consumi:** Nel primo trimestre 2026 la spesa reale per gli alcolici ha registrato una flessione del 9,0% su base annua, segnando il decimo trimestre consecutivo di contrazione.
2. **Riallocazione del budget familiare:** Il calo non indica una crisi economica, poiché la spesa complessiva è cresciuta, trainata da un forte aumento degli investimenti in viaggi (+19%) e ristorazione.
3. **Tramonto delle bevute aziendali:** La contrazione più vistosa si registra nelle famiglie guidate da ultracinquantenni (-10,2%), decretando il definitivo declino delle storiche e spesso forzate bevute rituali aziendali.
4. **Boom delle alternative analcoliche:** Le preferenze si spostano verso prodotti salutari, con un incremento del 32% per le birre light e del 21% per le bevande dealcolate, a fronte di un calo della birra tradizionale.
5. **Ripercussioni sull'export vinicolo:** Il cambio di abitudini preoccupa i produttori di vino europei, che vedono sfumare la possibilità di usare la Corea del Sud come mercato compensativo per il rallentamento cinese.