Sirile ultime notizie dal Regno Unito?

scritto da Noemi Mengo | 4 Settembre 2019



Avranno ancora la monarchia ed i poliziotti a cavallo, ma se si tratta di wine business, sono proprio loro a rientrare fra i Paesi dotati dei consumatori più smart. Stiamo parlando della popolazione del Regno Unito, un mercato del vino che negli ultimi anni ha fatto parlare di sé in diverse occasioni, soprattutto per il coinvolgimento del comparto con il tema della Brexit.

Un recente articolo di The Drink Business, ha sottolineato un aspetto molto interessante dello sviluppo degli acquisti e del consumo di vino nel Regno Unito, e per farlo si è affidato alle considerazioni dell'esperto **Humphrey Serjeantson**, direttore del comparto di ricerca dell'Europa occidentale di IWSR. Visto che già abbiamo parlato di vendite online, DTC e nuove tecnologie, concentrandoci però principalmente sul sistema statunitense, ci è sembrato doveroso mettere un riflettore puntato anche sul sistema UK, e fare i dovuti

confronti.

Partiamo dal considerare un primo aspetto, il mercato alcolico online del Regno Unito ha toccato 1,86 milioni di dollari (quasi 1,4 milioni di sterline) di vendite nel 2018, laddove il vino rappresenta il 61% delle vendite su vino birra e alcolici in genere, ovvero 844 mila sterline, rispetto ad un fatturato relativo ai liquori più contenuto di 434 mila dollari (323 mila sterline) o il mercato da 295 mila dollari (220 mila sterline) della birra.

Detto ciò, guardando al futuro, Humphrey Serjeantson vede una crescita positiva degli introiti, legati però soprattutto alla crescita del canale e-commerce tramite smartphone. Sarjeantson sostiene da diverso tempo che all'aumento dell'utilizzo di smartphone per effettuare transazioni e ad un progressivo abbandono di laptop e PC, corrisponde una crescita delle wine apps che sono pronte per diventare "**un modo chiave per acquistare vino online in futuro**".

Grazie a queste app e alle loro funzioni, si instaura una memoria dell'esperienza, che può sembrare un fattore da poco, ma è un mezzo decisamente potente.

Per non parlare della crescita della tecnologia vocale e dei sistemi intelligenti come **Siri di Apple o Alexa di Google**. Essi rappresentano un'ulteriore novità che concorre ad essere, per il futuro, uno dei nuovi modi di acquistare vino online, vista l'espansione che questi sistemi stanno avendo già sulle semplici comunicazioni tra individui.

"Un altro segnale della crescita del vino online", sostiene Sarjeantson *"è dato dalla tendenza alla riduzione della disponibilità di gamma sugli scaffali. Ciò significa che se i consumatori sono alla ricerca di qualcosa di particolare, non trovandolo a scaffale, saranno portati a cercarlo online."*

Aggiunge poi che il vino si presta bene ad essere inserito in database, ovvero la spina dorsale di un qualsiasi sito di e-

commerce. Inserendo infatti le principali caratteristiche del vino nel sistema, come colore, provenienza, varietà, premi vinti, sarà più facile rintracciare il prodotto in seguito ad una ricerca, o a consigliarlo in base alla preferenza di quelle caratteristiche in un altro prodotto simile.

Essere presenti sul canale non è difficile, sicuramente è necessario assicurarsi di poter competere con i prezzi offerti dalla concorrenza, ed attuare politiche di offerte simili a quelle che si potrebbero trovare in negozio. Da non dimenticare ovviamente un lavoro sui social media, al fine di creare una comunità di utenti che creino condivisione. Alcuni grandi marchi come Blossom Hill o Echo Falls, già lo stanno facendo, e gli effetti si sentono.

Il Regno Unito inoltre porta con sé alcuni vantaggi. Secondo IWSR, il Regno Unito è andato meglio di molti mercati a causa della **regolamentazione relativamente leggera per le vendite di alcol online**, che può rappresentare un grave ostacolo in altri mercati, ad esempio gli Stati Uniti, dove vige il sistema a 3 livelli oltre alle regole che differiscono nei diversi stati. E sebbene la crescita delle vendite non sia stata in doppia cifra come in altri Paesi, Sarjeantson ha affermato che, considerato che l’e-commerce è diventato un concetto più consolidato nella mente dei consumatori, è proprio in Regno Unito che con tutta probabilità continuerà a crescere.