Allarme Regno Unito, stanno sparendo i consumatori medi?

scritto da Fabio Piccoli | 19 Dicembre 2014



Una recente indagine di Wine Intelligence ci evidenzia un mercato del vino nel Regno Unito sempre pi diviso in due poli: uno rappresentato da consumatori “ricchi” che non badano a spese per acquistare vini di pregio anche molto costosi e, dall altro, consumatori “poveri” che sempre di pi si rivolgono per i loro acquisti ai discount. Di fatto nel Regno Unito sembrerebbe ormai in via di estinzione la fascia media di consumatori e questa non sarebbe una gran bella notizia.
L indagine di Wine Intelligence, trova conferma, purtroppo, anche dagli ultimi dati dell importazione di vini nel Regno Unito che evidenziano (periodo gennaio-settembre 2014) una crescita di quasi il 5% in volume ma una diminuzione di oltre il 10% in valore.
Il prezzo medio del vino imbottigliato importato in UK nei primi 9 mesi di quest anno stato di 2,57 sterline/litro (circa 3,2 euro, che rappresenta un -14,1% rispetto al medesimo periodo dello scorso anno); ma le cose vanno decisamente peggio per il vino italiano che nel Regno Unito vede il prezzo medio scendere del 6,7% con un preoccupante 1,88 sterline/litro (circa 2,3 euro). Un dato che ci colloca addirittura sotto la Spagna (1,91 sterline/litro).
Prezzi che testimoniano chiaramente la sempre pi evidente

dicotomia del mercato britannico.
Sempre secondo l'indagine di Wine Intelligence, infatti, 4 su 10 consumatori mensili di vino sono oggi a proprio agio con l'idea di spendere più di 8 sterline (10 euro) per una bottiglia di vino da gustarsi a casa durante un'occasione formale, il che rappresenta un aumento del 29% rispetto all'anno scorso.
Allo stesso tempo, la percentuale di coloro che sostengono di spendere, di solito, una cifra inferiore alle 4 sterline (5 euro) per bottiglia è calata dal 14% al 9% ed è la prima volta che questa percentuale scende sotto il 10%.
Anche lo scenario della vendita al dettaglio sta cambiando (i dati sui volumi di vendita sono stati forniti dall'International Wine & Spirits Record). Tesco resta al primo posto in quanto il 48% dei consumatori regolari di vino si è rifornito da Tesco nel corso degli ultimi 6 mesi, un calo rispetto al 52% del 2013. Nello stesso periodo, i discount hanno ampliato in maniera significativa il loro bacino d'utenza: il 16% dei consumatori regolari di vino fa spese da Aldi, che guadagna il 6% rispetto al 2013; anche i clienti Lidl sono aumentati, dal 7% del 2013 al 11% di quest'anno. Il profilo del consumatore tipo dei discount suggerisce che queste catene attraggano consumatori più anziani e meno appassionati che sono disposti a spendere una cifra inferiore alle cinque sterline (poco più di sei euro) per una bottiglia di vino da bere a casa.
Il direttore operativo Richard Halstead ha dichiarato: "Credo che ci troviamo di fronte and un mercato del vino del Regno Unito che si sta fondamentalmente dividendo in due settori separati e distinti, con necessità molto diverse. Da una parte, c'è un gruppo in crescita di consumatori molto appassionati che vogliono qualità e nuove esperienze; dall'altra, ci sono quelli meno appassionati che non vogliono o non possono spendere di più.
Entrambi i gruppi stanno contribuendo al ribasso dei volumi di vendita che sta avvenendo nel Regno Unito: i segmenti che spendono di più bevono meno, ma investono di più per una

bottiglia; quelli che spendono di meno lo fanno a causa di un budget limitato.