

Il vino soffre nel Regno Unito: cala import e cambia lo scenario distributivo

scritto da Emanuele Fiorio | 18 Luglio 2025



Nel primo quadrimestre del 2025 il Regno Unito ha importato meno vino, penalizzando storici fornitori come Francia, Italia e Spagna. Avanza invece il blocco Australia-Nuova Zelanda. In parallelo, il mondo della GDO britannica rivede le proprie strategie in un contesto di consumo più frammentato e competitivo.

Nel primo quadrimestre del 2025 il Regno Unito ha importato meno vino, spendendo anche meno. È quanto emerge dal nuovo report dell'OIVE (Organización Interprofesional del Vino de España), che fotografa un calo delle importazioni del **5,2% in volume** e del **5,1% in valore** rispetto allo stesso periodo del 2024. Il dato tradotto in cifre significa 19,3 milioni di

litri e 68,5 milioni di euro in meno. Il **prezzo medio si è mantenuto stabile a 5,38 €/litro**, ma le dinamiche dietro questo rallentamento parlano di molto di più: di trasformazioni nei gusti, nelle strategie distributive e nelle logiche d'acquisto degli inglesi.

Chi perde e chi guadagna: le geografie si muovono

Il calo riguarda soprattutto **Francia, Italia e Spagna**, i tre principali fornitori del mercato britannico in termini di valore. La Francia, pur restando leader con **457,6 milioni di euro**, perde il **6% in valore**. L'Italia, seconda, cala del **6,7%** fermandosi a **280,6 milioni**, e la Spagna arretra del **7,6%** con **111,1 milioni**.

Ma è sul volume che si notano movimenti ancora più significativi: l'Italia resta in testa con **82 milioni di litri** (-1,8%), seguita dall'**Australia**, che sorprende con una crescita del **2,7%** raggiungendo i **54,1 milioni di litri**, superando così la Francia. Spagna e Francia registrano cali del **14,1%** e del **1,7%** rispettivamente.

La vera inversione di tendenza arriva però dall'asse del Pacifico: **Australia e Nuova Zelanda** guadagnano terreno, quest'ultima cresce notevolmente in valore (+10,3%) e ancor più in volume (+28%). Si ridimensionano, invece, altri competitor storici come **Cile** (-27,7% in valore e -24% in volume), **Stati Uniti** (-8% in valore e -8,7% in volume), **Argentina, Sudafrica e Ungheria**.

Su un orizzonte temporale più ampio (maggio 2024 – aprile 2025), il calo delle importazioni in UK si conferma una tendenza strutturale. Il volume si è attestato a **1.145 milioni di litri** (-3%) per un valore totale di **4.565 milioni di euro**, evidenziando come la contrazione non sia un semplice incidente di percorso ma una tendenza consolidata.

La grande distribuzione si riorganizza

In parallelo, la grande distribuzione britannica – motore principale dell'acquisto di vino nel Paese – sta vivendo una fase di assestamento. Secondo *Expansión*, il gruppo **Asda** ha registrato una flessione dello **0,4% nelle vendite**, ma il dato è meno allarmante di quello dei suoi competitor. **Tesco** (-4,1%), **Sainsbury's** (-3,1%) e soprattutto **Aldi** (-5,4%) mostrano segni evidenti di rallentamento. Solo **Lidl** e **Marks & Spencer** hanno saputo contenere le perdite.

Il dato più interessante è il **cambio delle abitudini di consumo, con un ritorno al "multichannel"**: mentre cresce il canale online, tornano ad affermarsi anche i negozi indipendenti, i mercatini e le piattaforme alternative. Un contesto che rende più difficile e meno centralizzata la distribuzione del vino importato.

Per i produttori italiani, spagnoli e francesi, la sfida si fa doppia: da un lato devono affrontare un mercato più selettivo e attento al prezzo, dall'altro convivere con una distribuzione meno prevedibile e più frammentata.

Punti chiave:

1. **Importazioni in calo**: -5,2% in volume e -5,1% in valore tra gennaio e aprile 2025.
2. **Francia, Italia e Spagna** riducono il fatturato sul mercato UK.
3. **Australia e Nuova Zelanda** crescono in valore (+10,3%) e volume (+28%).
4. **La GDO britannica si riorganizza**, con performance negative per Tesco, Sainsbury's e Aldi.
5. **Cambio delle abitudini d'acquisto**: più canali alternativi, meno centralità della grande distribuzione.

