

UK: un terzo dei britannici preferisce concedersi un drink a casa piuttosto che uscire

scritto da Emanuele Fiorio | 1 Giugno 2023



Sebbene l'ottimismo tra i consumatori di bevande alcoliche del Regno Unito sia ancora lieve, è evidente che la percezione generale sia in fase di miglioramento.

Secondo gli ultimi risultati del monitoraggio di IWSR, in relazione alla sensibilità ai prezzi dei consumatori di bevande alcoliche, **i livelli di fiducia attuali sono aumentati rispetto a settembre 2022.**

Sebbene il quadro generale rimanga negativo, **la percentuale di coloro che in prospettiva prevedono una condizione peggiore**

tra un anno si è dimezzata rispetto all'anno scorso, così come il numero di persone preoccupate per l'anno a venire.

È importante notare che gli ultimi dati sui consumatori (basati su sondaggi condotti nel febbraio 2023) mostrano anche che i consumatori del Regno Unito sono più felici rispetto all'autunno del 2022.

“Sebbene la percezione dei consumatori sia migliorata rispetto ai minimi del 2022, i consumatori di bevande alcoliche nel Regno Unito sono ancora attenti a come spendono il loro reddito disponibile e molti affermano che la spesa per gli alcolici è una delle prime ad essere tagliata”, afferma Richard Halstead, COO Consumer Insights, IWSR Drinks Market Analysis. **“Per bilanciare l'aumento dei costi**, i consumatori britannici di alcolici stanno adattando le loro abitudini di vita: **l'uscita è considerata un lusso più occasionale**, mentre **l'occasione a casa offre l'opportunità di socializzare in maniera più regolare**”.

I consumatori rispondono all'impatto dell'aumento dell'inflazione in modi diversi, determinando **due tendenze chiave nel Regno Unito**.

Uscire con minor frequenza

La maggior parte dei consumatori britannici di alcolici continua a uscire e, quando lo fa, vuole ancora concedersi un piacere. La percentuale di persone che dichiara di “non bere affatto alcolici in bar e ristoranti” è diminuita di tre punti percentuali tra il 2022 e il 2023.

Tuttavia, **molti scelgono di uscire con minor frequenza e risparmiano maggiormente per le serate occasionali rispetto al 2022**. Circa un terzo di tutti i consumatori di alcolici del Regno Unito prevede di non consumare fuori casa o di farlo in misura minore.

Destinare la spesa ai prodotti essenziali

Nel frattempo, l'ansia per le finanze personali, particolarmente forte tra i Millennial, sta spingendo i consumatori a **ridurre la spesa dedicata agli alcolici rispetto ad altre categorie merceologiche.**

Un terzo dei consumatori di alcolici del Regno Unito preferisce concedersi un drink di qualità migliore a casa piuttosto che uscire.

Questi cambiamenti nel comportamento dei consumatori continuano a influenzare **la quota degli alcolici nel canale Horeca britannico:**

Nel 2019, il canale Horeca deteneva quasi il 40% del mercato britannico. **Il settore si sta riprendendo, ma si prevede che non raggiunga i livelli pre-pandemia.** Il canale off-trade (GDO e retail) ha registrato enormi picchi di vendite durante i periodi di lockdown.

L'e-commerce stava guadagnando quote già prima della pandemia, le restrizioni e le chiusure del settore Horeca hanno chiaramente favorito il canale online. Dopo aver inizialmente vacillato, l'e-commerce nel Regno Unito è stato in grado di adattarsi rapidamente per soddisfare il forte aumento della domanda dei consumatori. Sebbene le vendite dell'e-commerce rimangano considerevolmente più alte rispetto al 2019, il canale ha poi registrato un certo riequilibrio del mercato.