UK, vini no-low e sostenibilità: la risposta ai nuovi dazi

scritto da Emanuele Fiorio | 19 Aprile 2024



Il mondo del vino è attualmente alle prese con una serie di cambiamenti significativi e sfide commerciali che stanno modificando profondamente il panorama. In primo piano ci sono le **nuove regole relative ai dazi sugli alcolici nel Regno Unito**, che stanno creando non poche complicazioni per l'intero settore. Vediamo i principali punti di discussione e come il settore sta rispondendo a queste sfide.

L'introduzione di un sistema di dazi basato sul contenuto alcolico nel Regno Unito ha scatenato un ampio dibattito tra i professionisti del settore vinicolo. Questo sistema, che prevede un aumento di 2 penny per ogni 0,1% di gradazione alcolica, è stato ampiamente criticato per la sua complessità

e per le difficoltà che comporta. Nonostante le diverse opinioni, sembra che questo sistema sia tutt'altro che vantaggioso per il settore.

Per ora il Governo britannico ed il Cancelliere Hunt hanno deciso di congelare i nuovi dazi, tuttavia per le aziende vinicole i benefici saranno di breve durata dato che il Segretario del Tesoro, Gareth Davies MP, ha confermato che il Governo ha intenzione di procedere. Per il vino tutti i vantaggi del congelamento verranno persi a partire dal 1° febbraio del 2025. **Dunque la stangata è solo rinviata**, a partire da febbraio 2025 l'attuale tassa sui vini tra l'11,5% e il 14,5% ABV (£2,67), sarà sostituita da 30 diversi scaglioni in base alla gradazione alcolica, per un importo che va da £2,45 a £3,10 per bottiglia.

Di fronte a queste nuove sfide, produttori e distributori stanno cercando di adattarsi in diversi modi. Alcuni player intervistati da The Buyer, come Jamie Matthewson, Responsabile commerciale BWS (Beer, Wine and Spirits) di Waitrose, sottolineano che l'industria del vino ha una lunga storia di ostacoli, si troveranno modi per far funzionare il nuovo sistema: "L'imposta esiste da molto tempo. Noi compriamo vino da centinaia di anni e i produttori lo producono da centinaia di anni. Possiamo superare qualsiasi sfida ci venga posta".

Altri, come Bernard Fontannaz di Origin Wine, evidenziano l'importanza di esplorare nuovi orizzonti, come i **vini no-low alcohol per rimanere competitivi** e soddisfare le richieste dei rivenditori. In sostanza ritiene che i fornitori di vino che vorranno rimanere rilevanti per i principali rivenditori dovranno trovare soluzioni per aggirare il nuovo sistema di dazi sull'alcol.

Rivenditori, produttori e fornitori già allo scorso ProWein di marzo, hanno analizzato opportunità e punti prezzo che potevano raggiungere focalizzandosi su vini con una gradazione alcolica di 11,5 o 12% rispetto a vini con il 13% o 13,5%.

Apparentemente si parla di cifre piccole, ma fanno una grande differenza sul prezzo finale di una bottiglia di vino su uno scaffale e sui margini disponibili da spalmare lungo l'intera catena di approvvigionamento.

Anche Alex Green di Beyond Wines afferma che da tempo c'è "un serio interesse per il mercato dei vini a bassa gradazione alcolica, a partire da circa l'8% di alcol". **I cambiamenti nella normativa dei dazi hanno solo accelerato l'intero processo.**

L'altro grande problema discusso quest'anno sia dai buyer che dai fornitori a Wine Paris e ProWein è stata la sostenibilità e la necessità di lavorare con produttori che possano raggiungere gli standard più elevati possibili garantendo questa prerogativa.

Iniziative come la rimozione della pellicola dal collo delle bottiglie e la transizione verso imballaggi alternativi evidenziano una forte tendenza verso pratiche più ecologiche. La sostenibilità non riguarda solo l'ambiente, ma anche l'adattabilità del settore vinicolo a un mercato in rapida evoluzione e alle sue esigenze.

Il settore del vino sta affrontando cambiamenti e sfide, ma una cosa rimane chiara: **l'adattabilità e l'innovazione saranno cruciali per il successo futuro.** Se da un lato i nuovi dazi e le questioni di sostenibilità possono sembrare ostacoli, dall'altro spingono i produttori ad esplorare "volenti o nolenti" nuovi orizzonti e reinventarsi in un mercato sempre più complesso, consapevole e selettivo.