

Vino, paradosso UK: aumentano consumatori, diminuisce consumo

scritto da Emanuele Fiorio | 29 Settembre 2024



Il mercato del vino nel Regno Unito, storicamente uno dei più rilevanti per l'export globale, sta attraversando una fase di trasformazione significativa, determinata da fattori economici e comportamentali. L'economia britannica ha vissuto una forte contrazione durante la pandemia di COVID-19, seguita da una fase di ripresa altrettanto rapida. Tuttavia è **ricaduta in recessione** nella seconda metà del 2023, a causa dell'inflazione e dell'aumento dei tassi di interesse.

Sebbene l'inflazione sia in calo rispetto al picco del 2022, il reddito disponibile delle famiglie è ancora sotto pressione e la ripresa completa non è prevista prima del 2025-2026. Questo **scenario economico incerto**, unito a nuove

regolamentazioni relative alle **imposte sugli alcolici e a tendenze di consumo** in mutamento, sta influenzando il mercato del vino in modo significativo.

L'introduzione di un nuovo sistema fiscale sull'alcol ha aggravato la situazione. In particolare, il **prezzo del vino è aumentato del 6,2% a maggio 2024**, superando l'inflazione generale del 2% durante lo stesso periodo. Questo aumento è direttamente collegato alla revisione delle accise, che prevede una tassa crescente in base al contenuto alcolico del prodotto. Si prevede che questa dinamica causerà un **ulteriore aumento dei prezzi su circa il 75% dei vini fermi in commercio entro il 2025**, quando entreranno in vigore nuove aliquote più specifiche.

Calo consumi e preferenze dei consumatori

Secondo i dati del report "UK Market Update" di Wine Australia di questo mese, Il consumo di alcolici nel Regno Unito ha registrato un calo del 2% nel 2023, vino e distillati hanno subito la flessione maggiore (oltre il 4% anno su anno). Questa diminuzione è frutto di **due fenomeni**: da un lato, la tendenza di lungo periodo verso la **moderazione** nel consumo di alcol, e dall'altro le **difficoltà economiche** che spingono i consumatori a ridurre le spese, in particolare fuori casa. Il vino ha perso terreno anche tra i consumatori più giovani, che prediligono altre categorie come le bevande ready-to-drink (RTD), in crescita grazie alla loro accessibilità economica e praticità.

Nonostante il calo dei volumi di vino, il numero di consumatori abituali è aumentato del 9% rispetto al 2019. Questo **apparente paradosso** indica che, sebbene più persone consumino vino, la quantità media consumata pro-capite è in diminuzione. Il consumo di vino per adulto è sceso a 19,6 litri nel 2023, lontano dal picco di 27,6 litri del 2007, segnalando un cambiamento strutturale nel mercato.

Il vino bianco rappresenta il 45% del consumo totale di vino fermo, ma ha perso terreno rispetto al rosé, che ha raggiunto una quota del 12%. Mentre sia il vino rosso che il bianco sono in declino, si prevede che **il rosé continui a guadagnare terreno nei prossimi anni.**

No-alcohol e low-alcohol: il futuro del vino?

Una delle tendenze più rilevanti è la **crescita del segmento no-low alcohol**. Circa il 50% della popolazione britannica ha acquistato bevande no-alcohol o low-alcohol nel 2023, con il vino che rappresenta una quota sempre più significativa. In particolare, **i vini no-alcohol dominano il segmento**, rappresentando l'81% del volume totale delle vendite di vini no/low-alcohol, con una crescita media del 17% negli ultimi cinque anni. Questo fenomeno è parte di una più ampia evoluzione verso consumi più moderati e salutari, sostenuta anche da campagne di sensibilizzazione pubblica.

Leggi anche: [Regno Unito, mercato alcolici: volumi no-low alcohol +47%](#)

Prospettive e sfide per i produttori

Il mercato del vino nel Regno Unito sta affrontando una fase di contrazione, **si prevede un calo del 2% annuo nel consumo di vino fino al 2028**, trainato dalla perdita di appeal tra i consumatori più giovani, dalla moderazione nei consumi e dalla riduzione del reddito disponibile. Tuttavia, **il segmento dei vini premium sembra meno vulnerabile** rispetto a quello di fascia medio-bassa. Mentre questi ultimi sono destinati a perdere ulteriori quote di mercato, i vini premium subiranno un calo più lento, stimato intorno allo 0,5% annuo.

Per i produttori, questo implica la necessità di adattarsi rapidamente ai cambiamenti del mercato, sviluppando **prodotti innovativi, in particolare nel segmento low-alcohol**, che offre

margin di crescita. Il focus sulla qualità, unito a strategie di pricing più agili e mirate, sarà cruciale per mantenere la competitività in un mercato in continua evoluzione.