

La tempesta perfetta della ristorazione inglese

scritto da Agnese Ceschi | 14 Maggio 2018



È una tempesta perfetta quella che sta colpendo il mondo della ristorazione Uk. E il vino sicuramente sta risentendo di questa condizione. Oggi infatti esistono diverse soluzioni possibili per “procurarsi” del cibo, alternativi alla ristorazione: il takeaway, i cibi pronti e i servizi di consegna a domicilio per nominarne alcuni dei più comuni.

Nel mercato inglese i ristoranti stanno vivendo una tempesta con numerosi condizioni avverse. Lo dice il report di [Wine Intelligence](#) e lo confermano le ricerche di mercato di NPD Group, riportati da un interessante articolo di [Jo Gilbert su Harpers](#): pub e ristoranti hanno subito un appiattimento nel 2017, mentre l’home delivery è cresciuto dell’11%.

Non solo l’altissima competizione tra ristoranti e un sistema di aumento di tasse e limiti di legge il, ma anche un nuovo

modello di business chiamato “kitchen + delivery”, che sta scardinando quello tradizionale della ristorazione con posto a sedere (sit-down restaurants), stanno dando numerosi grattacapi.

Secondo The Guardian Deliveroo, la società che consegna pasti a domicilio fondata a Londra dall'ex fattorino americano Will Shu, sta scalando la classifica del Financial Times sulle società europee che sono cresciute di più nell'ultimo anno e per altro dispone anche di una lista vini a domicilio. Ma anche UberEats e Just Eat stanno andando molto bene.

Ad aggiungersi inoltre l'effetto della Brexit (vedi l'effetto sulla GDO in un nostro precedente articolo) che sta impattando i prodotti di importazione.

Il vino sicuramente non è immune dai venti gelidi che stanno colpendo la ristorazione inglese. In ogni caso il vino continua a ricevere una discreta attenzione nel settore on-trade, nonostante le difficoltà, e incontra una fascia di consumatori disponibili a spendere per vini di alta qualità. Ciò induce il consumatore anche a ricercare vini unici e di piccola produzione o quelli che raccontano storie interessanti.

Sicuramente un driver importante di acquisto nel mercato UK sono i vini alternativi (naturali e a basso contenuto alcolico, ad esempio) e questo può rappresentare un'opportunità per i ristoratori in grado di pensare “out of the box”. Se sapranno rispondere con la loro lista vini alle esigenze di consumatori sempre più curiosi e preparati, affronteranno con una possibile arma vincente questa tempesta, le cui proporzioni future non sono ancora conosciute.