

# Regno Unito: è tempo della Generation Y

written by Fabio Piccoli | 4 Giugno 2014



Diciamo la verità, la London Wine Fair non è mai riuscita ad accreditarsi fino in fondo nel panorama delle manifestazioni internazionali dedicate al vino, ma è indubbio, però, che rappresenta un ottimo osservatorio per capire le dinamiche di un mercato del tutto particolare come quello del Regno Unito. Ricordiamo che il Regno Unito rappresenta il principale Paese di importazione al mondo in termini di volumi (760 milioni di litri nel 2013) e il secondo, dopo gli Usa, in termini di valore (circa 3,5 miliardi di dollari nel 2013).

Ma rappresenta oggi anche il mercato mondiale dove vi è, probabilmente, la maggiore competizione sul fronte dei prezzi. Basti pensare che lo scorso anno degli oltre 221 milioni di litri di vino imbottigliato che abbiamo esportato nel Regno Unito, il prezzo medio è stato di 2,05 euro/litro, il prezzo più basso per i nostri vini tra i primi 15 mercati mondiali. E dovremmo essere quasi contenti considerando che nel 2009 eravamo a 1,49 euro/litro e nel 2012 non raggiungevamo 1,80 euro/litro.

Se un produttore italiano si "limitasse" a guardare i freddi numeri dovrebbe rimanere lontano miglia e miglia dalla terra di Shakespeare.

È indubbio che si tratta di un mercato estremamente difficile

dove il prezzo (basso) gioca un ruolo spesso determinante ma altrettanto vero e questo talvolta appare quasi una contraddizione che il Regno Unito rappresenta anche un luogo straordinario per accreditare la propria immagine (sono presenti forse i maggiori e autorevoli critici enologici del mondo) e vi una ristorazione, soprattutto a Londra, di primissimo livello e molto attenta alle evoluzioni qualitative del vino.

Parlare di mercato del Regno Unito come un'unica entità non sicuramente corretto, considerando, come ci sottolinea Felice Renna – direttore marketing di TYG Wines, una giovane società di importazione di vini italiani sul mercato londinese che da sola Londra supera abbondantemente il 50% del mercato del vino in UK grazie, soprattutto, ai suoi 12.000 ristoranti, oltre 13 milioni di abitanti e quasi 31 milioni di turisti all'anno.

“Ma attenzione frena subito il nostro entusiasmo per il mercato londinese, Renna anche a Londra il prezzo un fattore molto importante e tuttoggi vi grande spazio soprattutto per i vini tra i 2 e i 3,50 euro franco cantina. Per quelle aziende italiane che oggi hanno in listino vini a prezzi superiori ai 9 euro franco cantina la battaglia qui molto dura perché i vini del nuovo mondo continuano ad avere un ottimo appeal e si propongono a prezzi molto aggressivi”.

Qualche segnale incoraggiante, però, arriva proprio dalla London Wine Fair, dalle analisi emerse dalla bella ricerca, denominata “Carpe Vinum”, realizzata da Wine Intelligence e che ha esplorato l'universo dei consumatori di vino del Regno Unito (indagine condotta negli ultimi sei mesi, su oltre 4.000 wine lovers inglesi sondati online).

Un universo dove la cosiddetta Generazione Y, quello sotto i 35 anni di età, sta acquisendo un ruolo importante nel consumo dei vini di questo Paese. Stiamo parlando di 6,9 milioni di consumatori (il 25% dei consumatori totali di vino del Regno Unito).

La ricerca ha evidenziato che gli under 35 sono oggi disponibili a pagare oltre 8 sterline rispetto ai consumatori

over 35. Un dato incoraggiante considerando anche che sempre dall'indagine è emerso che la maggior parte dei consumatori è disposta a pagare una bottiglia di vino tra le 5 e le 5,99 sterline nella grande distribuzione.

Positivo anche il fatto che si tratta di un generazione molto più curiosa rispetto a quelle più "anziane" che pur non disdegnando le promozioni, non è particolarmente attratta dai prodotti a marchio commerciale dei supermercati, cosciente che il vino è una bevanda ben diversa da birra o superalcolici.

Stiamo traducendo tutta la ricerca perché vi sono spunti molto interessanti, a nostro parere, per i lettori di Wine Meridian, e presto torneremo su altri elementi usciti da essa.

Ci piace adesso chiudere questo articolo con il testo conclusivo dell'indagine che cos'è evidenza: "I nostri giovani consumatori di vino sono all'inizio del loro percorso. La domanda da porsi è: quanto lontano li porterà il loro viaggio? Si limiteranno ad un paio di simpatici rosé o Pinot Grigio o la loro relazione andrà molto più in profondità fino ad apprezzare il Barolo, i vini a base Carmenere? O abbandoneranno il loro viaggio totalmente per ritornare a bevande aromatizzate (e birra) a cocktail o comunque a drink con cui è più facile relazionarsi?"