

# Regno Unito: l'onda dello spritz non si ferma

scritto da Emanuele Fiorio | 8 Agosto 2025



*Lo spritz conquista il Regno Unito con vendite record, segnando un +12% su base annua. Ma non è solo una questione di Aperol: la crescita esplosiva dell'Hugo Spritz (+300%) svela la ricerca di drink più leggeri, innovativi e di un'esperienza di consumo più sofisticata. Un fenomeno che, dati alla mano, va ben oltre la semplice moda estiva.*

Mentre l'Italia osserva con orgoglio la diffusione globale di uno dei suoi riti più amati, l'aperitivo, dal Regno Unito arrivano **dati che confermano come lo spritz non sia una moda passeggera**, ma un fenomeno commerciale consolidato e in continua evoluzione. **L'analisi del colosso britannico Greene King** che gestisce un portfolio di 2.600 tra pub, ristoranti e hotel, offre uno spaccato preciso sulle ragioni di questo successo e sulle future direzioni del mercato.

I dati di vendita recenti sono emblematici. Nel periodo tra metà giugno e metà luglio, gli spritz hanno rappresentato quasi la metà di tutti i cocktail venduti dalla catena, raggiungendo una quota impressionante del **45% del volume totale dei cocktail**. Questo dato segna un **incremento del 12%** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, evidenziando una crescita che non accenna a rallentare.

## La supremazia dell'Aperol e l'ascesa dei suoi "rivali"

Non sorprende che l'**Aperol Spritz rimanga il leader indiscusso** della categoria. Da solo, rappresenta il 21% di tutte le vendite di cocktail e il 58% di tutti gli spritz serviti. Tuttavia, la vera notizia risiede nell'opportunità di innovazione che questo successo ha creato. **I consumatori**, ormai educati al gusto e al formato dello spritz, sono **sempre più aperti a sperimentare**.

La prova più eclatante è il **successo dell'Hugo Spritz**. Questa variante, a base di liquore ai fiori di sambuco, Prosecco e soda, ha registrato una **crescita vertiginosa di oltre il 300% su base annua**. Un'esplosione che, secondo Danny Ayton, direttore della categoria bevande di Greene King, "ha davvero superato ogni aspettativa" e dimostra il desiderio del pubblico di esplorare nuovi sapori. Sulla scia di questo successo, l'azienda sta introducendo nuove proposte, come il Limoncello Spritz, per ampliare ulteriormente l'offerta.

## Cosa rende lo spritz così attraente?

Ma cosa rende lo spritz così speciale rispetto ad altre bevande estive come il gin tonic o un bicchiere di vino bianco? Secondo Ayton, ci sono due fattori chiave. Il primo è la ricerca da parte dei clienti di "**bevande che durano più a lungo e leggere**", che offrono maggiore freschezza durante i mesi più caldi. Il secondo fattore è la percezione. Uno

spritz, servito con ghiaccio e una guarnizione curata, viene visto come una “**scelta più elaborata e sofisticata**” rispetto a un semplice calice di vino, pur mantenendo quella freschezza tanto desiderata.

Questa tendenza sottolinea l’importanza per gli operatori del settore di essere **agili e pronti ad adattarsi** alle mutevoli preferenze dei consumatori, personalizzando i menù in base alle diverse fasce demografiche dei propri locali.

## **Non solo spritz: le altre tendenze dell'estate in UK**

L’analisi di Greene King rivela che la sete di freschezza e convivialità si estende anche ad altre categorie di bevande.

- **Pimm’s:** Un altro grande classico estivo britannico (liquore a base di gin, con un sapore dolce e fruttato), le cui vendite sono aumentate di **oltre il 100%** per il servizio al bicchiere e del 50% per le caraffe condivise.
- **Vino rosé:** Si nota una tendenza al “trade up”, con i clienti che scelgono opzioni di qualità superiore. In particolare, il rosato della Provenza mostra una **crescita del 30%** anno su anno.
- **Tequila:** Questo distillato sta vivendo un momento d’oro, trainato da cocktail classici come il Margarita e da alternative più fresche e fruttate come il Paloma o il Tequila & Tonic.
- **Bevande Ghiacciate:** La domanda di bevande fredde analcoliche è in forte aumento. Il **caffè freddo** è **cresciuto del 125%** rispetto all’anno precedente, e le bevande ghiacciate in generale rappresentano il 16% del volume totale nei punti vendita a conduzione familiare della catena.

In conclusione, il **boom dello spritz è la punta dell’iceberg**

**di un cambiamento più ampio** nelle abitudini di consumo: una preferenza crescente per bevande rinfrescanti, visivamente accattivanti e aperte all'innovazione. L'onda dello spritz non è un'insidia per il mondo del vino, ma uno specchio che ne riflette il futuro. Questa analisi insegna che **la battaglia per il consumatore non si vince più solo sul terreno del terroir o dell'eccellenza enologica, ma su quello della versatilità e dell'esperienza.**

---

## Punti Chiave:

1. Lo spritz rappresenta il **45% del volume totale** dei cocktail venduti dalla catena Greene King, con una crescita del 12% su base annua.
2. **Aperol Spritz guida la categoria**, costituendo il 58% di tutti gli spritz venduti e il 21% del totale dei cocktail.
3. L'**Hugo Spritz** è il simbolo dell'innovazione, con una **crescita esplosiva di oltre il 300%**, segnalando la voglia dei consumatori di provare nuove varianti.
4. I consumatori preferiscono lo spritz perché è percepito come una **bevanda "più leggera" e "più elevata"** rispetto ad alternative come un semplice calice di vino.
5. Il successo dello spritz fa parte di un **trend più ampio** verso bevande rinfrescanti, che include Pimm's, rosè di qualità e cocktail a base di tequila.