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.