vinetur

Gli inglesi acquistano meno alcolici, ma spendono di più per bottiglia o lattina

Moderazione e consumo domestico alimentano la domanda di birre premium, bevande analcoliche e cocktail ready-to-drink

lunedì 16 novembre 2026



Gli inglesi acquistano meno alcolici, ma spendono di più per bottiglia o lattina: un cambiamento che fa crescere il valore delle vendite di birra, vino e distillati, mentre i volumi complessivi sono sotto pressione. È quanto emerge da un’analisi del settore

pubblicata da Wholesale Manager. Basata su dati di Circana, NielsenIQ, TWC, Drinkaware, SIBA e comunicazioni aziendali, l'analisi descrive un mercato trasformato dalla moderazione, dalla domanda di praticità e dalla propensione a scegliere prodotti più costosi.

Il cambiamento è più evidente nelle birre premium, nei prodotti a bassa o nulla gradazione alcolica, nei cocktail ready-to-drink e nei formati più piccoli di distillati. Le preoccupazioni per la salute hanno un ruolo centrale. Secondo l'analisi, il 78% dei consumatori della Gen Z nel Regno Unito sta riducendo il consumo di alcol, mentre è sempre più diffusa l'alternanza tra bevande alcoliche e analcoliche, spesso definita zebra striping. Anche la riforma delle accise sugli alcolici nel Regno Unito ha favorito i prodotti a gradazione alcolica più bassa, in particolare le birre con un ABV pari o inferiore al 3,5%, spingendo i birrifici ad ampliare queste gamme.

Per il settore delle bevande, il cambiamento va oltre una semplice tendenza di consumo. Sta modificando lo spazio sugli scaffali, i formati delle confezioni, le fasce di prezzo e il mix di prodotti nei negozi di prossimità, presso i grossisti e tra gli importatori. I produttori cercano di mantenere a scaffale i marchi principali, caratterizzati da volumi elevati, affiancandoli a più etichette premium, versioni analcoliche e formati pensati per il consumo domestico.

La birra è uno degli esempi più evidenti. I dati Circana citati nell'analisi indicano che nel canale di prossimità del Regno Unito la birra vale 1,7 miliardi di sterline e cresce del 5,1% su base annua, superando il canale grocery. Nel segmento di prossimità, la lager rappresenta l'83% della crescita complessiva della birra. Allo stesso tempo, secondo diversi fornitori citati nel rapporto, la birra premium è diventata il principale motore di crescita della categoria.

Secondo i dati NielsenIQ citati nell'analisi, nell'intero 2025 Heineken UK deteneva una quota a valore del 17,9% delle vendite totali di birra nel Regno Unito e ha generato un aumento di 10,5 milioni di sterline, pari allo 0,2%. La crescita è stata trainata da Cruzcampo, le cui vendite a valore sono aumentate del 74% rispetto all'anno precedente, portando il marchio a una quota del 2,7% della categoria birra complessiva, e dalla stout Murphy's, che vale 11,7 milioni di sterline nel canale off-

trade. A marzo 2026 il birrificio ha lanciato Cruzcampo Sevilla Orange, una birra aromatizzata con un ABV del 3,3%, in lattine da 4x440 ml per i negozi di prossimità, rivolta ai consumatori alla ricerca di opzioni più leggere.

Asahi UK ha dichiarato che la fascia premium è l'unico segmento di prezzo della birra e della lager in crescita. I dati NielsenIQ citati nell'analisi mostrano un aumento del 9% per le lattine da 440 ml in confezioni piccole e del 29% per quelle premium dello stesso formato. I marchi premium in questo formato rappresentano ormai quasi il 74% della quota di mercato nel canale di prossimità. Gli stessi dati indicano che le birre analcoliche e a bassa gradazione alcolica stanno crescendo più dell'intera categoria delle bevande alcoliche; i fornitori stanno quindi ampliando le proposte senza alcol, come Peroni Nastro Azzurro 0.0%, e introducendo nuove confezioni multiple pensate per il consumo domestico.

Secondo il rapporto, il consumo a casa è diventato una scelta più consapevole: i consumatori cercano di contenere le spese senza rinunciare a occasioni più ricercate. Una ricerca di Drinkaware citata nell'analisi rileva che il 73% delle vendite di alcolici nel Regno Unito è ormai destinato al consumo domestico. Questo favorisce la birra premium, ma alimenta anche la crescita dei prodotti ready-to-drink e delle bevande stagionali promosse per le occasioni conviviali in casa.

Global Brands ha dichiarato che nel canale off-trade la categoria ready-to-drink cresce del 27% a valore e del 17% a volume, superando le altre categorie di bevande. L'azienda ha indicato la forte crescita di Hooch e Soopa Hooch e l'ampliamento della gamma di cocktail in lattina, con varianti Margarita e Cosmo, come prova del fatto che i consumatori cercano praticità oltre che varietà. Brown-Forman lancerà inoltre Winter Jack per la stagione delle vendite natalizie 2026: una bevanda calda a base di mela e whiskey, in formato da 700 ml, con un ABV del 15% e un prezzo al dettaglio consigliato di 16 sterline. È un altro esempio di fornitori che puntano su occasioni domestiche semplici da gestire.

Anche la birra artigianale e quella analcolica stanno guadagnando terreno, soprattutto nel canale di prossimità. Secondo i dati Circana citati da BrewDog, l'azienda detiene una quota del 66% nel segmento delle birre artigianali per acquisto d'impulso, in cui le

IPA rappresentano il 70% delle vendite nei negozi di prossimità. L’analisi segnala che le vendite di birra analcolica nel canale di prossimità sono aumentate del 26,7%, raggiungendo 4 milioni di sterline su base annua mobile. La crescita è in linea con altre indagini sui consumatori, secondo cui il 43% sta riducendo il consumo di alcol e quasi il 40% delle persone tra i 18 e i 25 anni si considera astemio. I fornitori sostengono che le alternative analcoliche dovrebbero essere disponibili per tutti i principali stili di birra, non soltanto per la lager.

La tendenza alla moderazione interessa anche il sidro, seppure in modo diverso. Secondo i dati TWC citati nell’analisi, i volumi complessivi di sidro nel Regno Unito sono diminuiti dell’8% su base annua; NielsenIQ rileva invece un calo del 4% a volume e del 5% a valore per il sidro mainstream. Aston Manor ha dichiarato di registrare risultati migliori rispetto al mercato, con una crescita dei volumi del 12%, mentre i consumatori si dividono tra chi sceglie prodotti premium e chi cerca opzioni meno costose che garantiscano comunque qualità e gusto. L’azienda ha spiegato che Knights Cider, Crumpton Oaks e Frosty Jack’s sono posizionati in quella che definisce una fascia premium-value, a conferma di una più ampia separazione tra i prodotti mainstream e le offerte maggiormente distintive.

Damm UK ha riferito una tendenza simile nel segmento lager. L’azienda ha dichiarato che il 54% dei consumatori nel Regno Unito sta moderando attivamente il consumo di alcol e ha descritto uno spostamento verso un consumo domestico “migliore, non maggiore”. Secondo i dati NielsenIQ citati nell’analisi, nel 2026 il valore delle vendite di Damm nel canale off-trade della Gran Bretagna è cresciuto del 17%, mentre i volumi sono aumentati del 23%. L’azienda ha ampliato sia la gamma principale sia quella dedicata alla moderazione, includendo Estrella Damm 0.0% e Daura 0.0%, per intercettare i consumatori che desiderano prodotti premium ma riducono il consumo di alcol.

I fornitori di distillati si stanno adattando non solo puntando sui prodotti premium, ma anche con formati più piccoli. Suntory Global Spirits introdurrà nel canale di prossimità e all’ingrosso del Regno Unito bottiglie da 35 cl di Jim Beam White, Jim Beam Pineapple e Jim Beam Black Cherry. Secondo i dati Nielsen citati dall’azienda, il 53% delle vendite di whisky in confezioni da 20 cl a 50 cl avviene nei negozi di prossimità. Con una spesa

media per acquisto nel Regno Unito ormai pari a 22,20 sterline, i formati più piccoli consentono ai rivenditori di proporre prezzi più accessibili occupando meno spazio sugli scaffali rispetto a una bottiglia da 70 cl. L’azienda ha dichiarato che nel corso del 2026 sono previsti altri lanci in formato piccolo, mentre le versioni da 5 cl di Jim Beam White e Jim Beam Pineapple sono programmate per il primo trimestre del 2027.

Anche la produzione nazionale e la provenienza fanno parte dei cambiamenti del mercato. Secondo l’analisi, nel Regno Unito si contano ormai più di 1.000 vigneti, un dato che contribuisce a sostenere la domanda di spumante inglese, e oltre 426 distillerie, a conferma della crescita della produzione locale di distillati. Nel settore della birra, il SIBA Independent Beer Report 2025, citato nell’analisi, rileva che il 56% dei consumatori è più propenso a scegliere una birra se prodotta localmente, mentre il 77% considera importante che i locali offrano birre di piccoli birrifici artigianali. Identità regionale e storie legate alla provenienza diventano così sempre più rilevanti non solo per birrifici e pub, ma anche per i grossisti che decidono su quali marchi puntare, mentre i margini si riducono e i punti vendita competono per un numero minore di occasioni di consumo.