vinetur

La lager manda en los pubs británicos durante el fútbol

El prosecco factura más que la Peroni y los clientes prefieren aperitivos rápidos para no perderse el partido

miércoles 15 de julio de 2026



Los aficionados que siguieron en los pubs del Reino Unido el partido entre Inglaterra y Noruega del pasado sábado eligieron sobre todo cerveza lager y aperitivos rápidos. Así lo refleja un análisis de Access Hospitality a partir de datos de compras y reservas en pubs de su mayor cliente con sistema EPOS.

La bebida más pedida de la noche fue la botella de 330 mililitros de Peroni. La segunda fue la Peroni de barril, aunque se vendieron un 49% más de unidades de la versión embotellada que de la tirada. La tercera bebida con más pedidos fue la Corona en

botella.

Por categorías, la lager fue la que más ventas generó entre todas las bebidas. Access Hospitality señala que la cerveza siguió siendo la opción principal entre los seguidores del fútbol durante toda la velada.

El gin-tonic ocupó el cuarto puesto entre las bebidas más solicitadas. La empresa añade que los destilados fueron la segunda categoría con mayor volumen, un dato que, a su juicio, muestra que los clientes no se limitaron a pedir cerveza durante el partido.

Aunque la cerveza embotellada lideró las ventas por unidades, el prosecco fue la referencia con mayor valor de facturación. Access Hospitality precisa que se vendieron un 248,8% más de botellas de Peroni que de prosecco, pero el prosecco generó un valor de ventas un 87,6% superior.

La misma pauta se repitió con el rosado. Las ventas de Peroni embotellada superaron en un 300,7% a las de rosado en número de unidades, pero el rosado aportó un valor de ventas un 78,1% mayor.

En comida, las patatas fritas de bolsa y los frutos secos fueron las opciones más habituales entre los asistentes. Frente a eso, los platos tradicionales para comer sentado registraron pocos pedidos. La empresa interpreta que los clientes prefirieron productos rápidos y fáciles de compartir para no apartarse del partido.

La directora general de Access Hospitality, Champa Magesh, afirma que estas cifras muestran el efecto que tienen las grandes citas futbolísticas en los pubs. Magesh añade que la lager sigue al frente, pero que la demanda de bebidas como gin-tonic, prosecco y vino apunta también a una búsqueda de variedad cuando los clientes celebran este tipo de ocasiones.

Access Hospitality sostiene además que el uso de datos en tiempo real permite tomar decisiones rápidas sobre gestión de existencias y ayudar a los locales a aumentar ingresos durante lo que queda del torneo. La compañía forma parte de The Access Group y asegura que presta servicios a más de 45.000 establecimientos de hostelería en el Reino Unido y a más de 100.000 locales en todo el mundo.