vinetur

Le beau temps dope les ventes des pubs britanniques

Un mois d’avril ensoleillé a fait bondir les ventes de bière et de cidre, mais un commerce plus faible avant et après a laissé les ventes de boissons globalement stables.

mercredi 13 mai 2026



Le temps doux a redonné un coup de fouet aux pubs et bars britanniques fin avril, mais un commerce plus faible avant et après cette période ensoleillée a laissé les ventes de boissons globalement stables sur le mois, selon de nouvelles données de NIQ et CGA intelligence.

Le dernier Daily Drinks Tracker montre que les pubs gérés, les bars et les fournisseurs en Grande-Bretagne ont connu un mois d'avril contrasté, les variations météorologiques ayant entraîné de fortes fluctuations de la demande. Les ventes dans les établissements gérés ont progressé de 4,1 % sur un an dans la semaine allant jusqu'au samedi 25 avril, portées par une période de temps chaud et sec qui a attiré pour la première fois de l'année les clients dans les beer gardens et sur les terrasses. Mais cette meilleure semaine a été compensée par une activité plus faible de part et d'autre. Les ventes ont reculé de 4,8 % dans la semaine allant jusqu'au samedi 18 avril, puis de 4,3 % dans la semaine allant jusqu'au samedi 2 mai, par rapport aux mêmes périodes en 2025.

NIQ a indiqué que des températures plus fraîches dans certaines régions de Grande-Bretagne ont probablement dissuadé les sorties dans les pubs et bars durant ces semaines plus faibles. Le calendrier de Pâques a également compliqué les comparaisons, puisque la fête est tombée plus tôt en avril cette année qu'en 2025. Pris ensemble, ces chiffres suggèrent que les ventes de boissons sur le mois sont restées pratiquement inchangées, les gains enregistrés par beau temps et pendant les périodes de fêtes ayant été compensés par des journées de commerce plus calmes.

La bière et le cidre ont le plus profité du soleil. Les ventes de bière ont augmenté de 7,1 % dans la semaine allant jusqu'au 25 avril, tandis que celles de cidre ont bondi de 19,2 %, les consommateurs se tournant vers des boissons plus légères et plus rafraîchissantes. Le vin s'est également bien tenu et a été la catégorie la plus régulière parmi les principaux groupes de boissons. Les ventes ont progressé de 2,9 % dans la semaine allant jusqu'au 25 avril et de 1,1 % dans celle allant jusqu'au 2 mai.

Les soft drinks ont reculé au cours des trois dernières semaines observées, même si NIQ a précisé que ces comparaisons étaient affectées par le calendrier des vacances scolaires. Les spiritueux sont restés sous pression, avec des ventes en baisse comprise entre 8,9 % et 15 % sur l'ensemble des trois semaines, prolongeant une période plus longue de faibles performances pour cette catégorie.

NIQ estime que la performance globale plus faible d’avril peut aussi refléter une prudence persistante des consommateurs face à l’incertitude économique. L’entreprise a évoqué les inquiétudes liées à l’inflation et à d’éventuelles pressions sur les prix associées aux tensions au Moyen-Orient comme des facteurs susceptibles de peser sur les dépenses discrétionnaires.

Rachel Weller, directrice commerciale pour la Grande-Bretagne et l’Irlande chez NIQ, a déclaré qu’avril était toujours un mois difficile pour le secteur on-premise en raison d’une météo très changeante qui complique la planification des sorties dans les pubs et bars. Elle a indiqué que l’activité restait globalement atone, tout en ajoutant que le public avait toujours envie de consommer hors domicile lorsque les conditions s’amélioraient. Elle a également estimé que les entreprises resteraient probablement prudentes face à l’inflation à venir, même si le retour du temps chaud pourrait libérer une demande contenue à l’approche de l’été.