vinetur

La stout a dominé le marché de la bière en pub en Grande-Bretagne en août avec une hausse de 6,4 %.

La lager classique a reculé de 4,4 %, le plus faible résultat parmi les principales catégories, selon des données qui pointent un déplacement de la demande en bière pression.

lundi 21 septembre 2026



La stout a gagné du terrain dans les pubs britanniques en août, tandis que la lager classique a ralenti, selon des données sectorielles qui pointent un net changement dans les habitudes de consommation au sein du marché de la bière pression.

Le taux de vente de la stout a progressé de 6,4 % sur un an en août 2026, tandis que la lager classique a reculé de 4,4 % sur la même période, selon des chiffres publiés par The Morning Advertiser et fondés sur les données Market Watch d'Oxford Partnership. L'écart entre les deux catégories a atteint 10,8 points de pourcentage, faisant de la stout l'un des meilleurs résultats du dernier relevé mensuel.

Ces mêmes données montrent que la lager internationale a également progressé, en hausse de 4,4 % sur un an, tandis que l'ale a reculé de 3,9 %. Pris ensemble, ces chiffres suggèrent que les consommateurs dans le commerce des pubs au Royaume-Uni déplacent leurs dépenses vers certains styles et s'éloignent d'autres, plutôt que de porter les ventes de bière à la hausse dans leur ensemble.

La mesure utilisée dans le rapport est le taux de vente, un indicateur du secteur des pubs qui suit la vitesse à laquelle les produits s'écoulent dans le circuit de l'hôtellerie-restauration. Il ne s'agit pas du volume total du marché, et les chiffres publiés ne comprennent pas les totaux par catégorie en pintes, en hectolitres ni en valeur des ventes. Cette distinction est importante, car les chiffres montrent la dynamique relative par style, et non la taille totale de chaque segment.

Même ainsi, les données d'août marquent un changement de cap notable pour une partie du marché longtemps portée par la lager. La lager classique, un incontournable des pubs britanniques depuis des années, a enregistré le plus faible résultat parmi les principaux styles de bière cités dans le rapport. La stout, à l'inverse, a affiché la plus forte hausse, poursuivant une tendance qui attire l'attention du secteur, à mesure que davantage de clients de pubs choisissent des bières plus foncées dans un éventail plus large d'occasions de consommation.

La lager internationale a également fait mieux que l'ensemble du mix bière. Sa hausse de 4,4 % la plaçait nettement devant la lager classique et l'ale, renforçant l'idée que les consommateurs ne se détournent pas totalement de la lager, mais deviennent plus sélectifs au sein de cette catégorie. L'ale est restée sous pression, avec un recul annuel

de 3,9 % du taux de vente en août.

Ces chiffres ont été rapportés le 21 septembre par The Morning Advertiser, une publication professionnelle du secteur de l'hôtellerie-restauration, qui a décrit ce dernier relevé comme le signe d'une recomposition de la demande en bière pression. Les données couvrent le marché des pubs au Royaume-Uni et comparent août 2026 au même mois un an plus tôt.

Le tableau d'ensemble des boissons était plus faible. La publication a également fait état d'un recul de 3 % pour l'ensemble des boissons pression, mais cet agrégat inclut le cidre ainsi que la bière. Pour cette raison, il ne doit pas être considéré comme une mesure du seul volume de bière. Les chiffres par style de bière montrent plutôt où la demande se renforce et où elle s'atténue dans le circuit des pubs.

Pour les exploitants de pubs, les brasseurs et les distributeurs, ces chiffres peuvent avoir des implications pratiques pour le choix des bières à la pression et la gestion des stocks à l'approche de la période commerciale d'automne. La hausse de la stout et de la lager internationale, conjuguée aux reculs de l'ale et de la lager classique, dessine un marché dans lequel le mix produit pourrait compter davantage qu'une croissance de l'ensemble des catégories. Le relevé d'août ne dit pas combien de pintes ont été vendues pour chaque style, mais il montre bien quelles bières se vendaient le plus vite au comptoir.