vinetur

Les ventes de bière dans les établissements gérés britanniques ont progressé de 8,4 % début septembre

Les données de NIQ ont montré que la croissance est retombée à 5,7 % une semaine plus tard, laissant la reprise après le repli d’août apparaître fragile.

lundi 28 septembre 2026



Les ventes de bière dans les établissements d’hospitalité gérés à travers la Grande-Bretagne ont progressé au cours des deux premières semaines de septembre après un mois d’août atone, selon de nouvelles données de NIQ, même si le rythme de la croissance a ralenti la deuxième semaine et a laissé la reprise paraître hésitante.

Le Daily Drinks Tracker de NIQ, qui mesure les ventes dans les établissements sous licence gérés plutôt que sur l’ensemble du marché britannique, indique que les ventes de bière étaient supérieures de 8,4 % à celles d’un an plus tôt dans la semaine close le 5 septembre. La semaine suivante, close le 12 septembre, les ventes de bière restaient en hausse sur un an, mais l’augmentation s’est tassée à 5,7 %. Cela représente un ralentissement de 2,7 points de pourcentage d’une semaine à l’autre.

Ces chiffres pointent un net rebond après la fin août, lorsque les opérateurs faisaient face à une série difficile. NIQ a indiqué que les ventes totales de boissons dans les établissements gérés avaient reculé de 9,7 % sur un an dans la semaine close le 29 août. L’entreprise a décrit cela comme la sixième semaine consécutive de croissance négative des ventes depuis la fin de la Coupe du monde de football à la mi-juillet, une période durant laquelle les supporters avaient beaucoup dépensé dans les pubs et les bars.

L’amélioration observée au début de septembre a été portée par un temps plus chaud, le long week-end du Bank Holiday d’août et un calendrier de matches de Premier League et de Ligue des champions qui a soutenu la fréquentation des pubs. NIQ a indiqué que la première semaine de septembre avait enregistré une croissance moyenne des ventes totales de boissons de 7,6 % par rapport à la même semaine de 2025, suivie d’une hausse de 2,5 % dans la semaine close le 12 septembre.

La bière figurait parmi les catégories les plus solides sur cette période. Le cidre a enregistré des gains encore plus importants, en hausse de 13,3 % dans la semaine close le 5 septembre et de 7,3 % la semaine suivante. Les boissons sans alcool ont également bien performé, avec des hausses de 11,9 % et 4,6 % sur les deux semaines. Le vin et les spiritueux ont été plus faibles. Les ventes de vin ont progressé de 2,9 % la première semaine du mois avant de reculer de 6,0 % la deuxième, tandis que les spiritueux ont augmenté de 0,8 % avant de chuter de 16,5 %.

L’évolution quotidienne des données de NIQ montre à quel point le long week-end a pesé sur les chiffres du début septembre. Les ventes du dimanche 30 août étaient supérieures de 39,3 % à celles du même jour un an plus tôt, tandis que le lundi 31 août affichait une hausse de 59,4 %. NIQ a indiqué que ces comparaisons étaient affectées par le calendrier du Bank Holiday, tombé plus tôt en 2025. Deux autres journées de forte activité ont eu lieu la semaine suivante, avec des ventes en hausse de 15,9 % le mercredi 9 septembre et de 8,9 % le jeudi 10 septembre.

La reprise de septembre a suivi une période estivale difficile pour le commerce des boissons consommées sur place. NIQ a indiqué que les fortes chaleurs d’août avaient éloigné certains consommateurs des pubs et des bars, tandis que les dépenses sont également devenues plus prudentes après le pic de demande lié à la Coupe du monde. L’entreprise a estimé que ces facteurs avaient créé un environnement difficile pour les établissements et les fournisseurs de boissons à l’approche du dernier trimestre de l’année.

Rachel Weller, responsable commerciale de NIQ pour le Royaume-Uni et l’Irlande, a déclaré que le bon début de septembre avait dû apporter un soulagement aux exploitants ainsi qu’aux marques de bière, de cidre et de boissons sans alcool après les pertes enregistrées en août. Mais elle a aussi ajouté que les conditions de marché restaient probablement difficiles, les consommateurs et le secteur de l’hôtellerie-restauration attendant le budget d’octobre du gouvernement britannique.

Les données suggèrent aussi que le rebond pourrait déjà avoir perdu en stabilité au cours de la troisième semaine du mois. NIQ a indiqué que les ventes moyennes de boissons au cours des sept jours clos le 19 septembre étaient inférieures de 2,0 % à celles de la semaine correspondante de 2025, alors qu’un temps plus frais et plus humide s’est installé dans de nombreuses régions de Grande-Bretagne. L’entreprise n’a pas publié de chiffre distinct pour la bière sur cette semaine-là ; la baisse globale des ventes de boissons ne permet donc pas d’affirmer que la bière est elle aussi repassée en territoire négatif.

Cette distinction importe, car le tracker ne constitue pas une mesure exhaustive de toutes les ventes d'alcool en Grande-Bretagne et les performances des catégories peuvent diverger fortement d'une semaine à l'autre. Au cours de la première moitié de septembre, la bière et le cidre ont surperformé le vin et les spiritueux, montrant que les consommateurs des pubs privilégiaient des boissons plus longues et plus rafraîchissantes. Cette même période a aussi montré à quelle vitesse les taux de croissance sur un an peuvent évoluer lorsqu'ils sont influencés par la météo, le calendrier footballistique et le moment des jours fériés.

Pour les brasseurs et les exploitants de pubs, les derniers chiffres offrent un certain indice d'une amélioration de la demande après le coup d'arrêt d'août, mais ils ne signalent pas encore de tendance installée. La bière est restée en territoire positif au cours des deux semaines mesurées début septembre, mais le ralentissement de 8,4 % à 5,7 % suggère un affaiblissement de l'élan avant même que le marché global des boissons ne replie à nouveau dans la semaine close le 19 septembre.