vinetur

Les ventes du mercredi progressent de 31 % dans le secteur britannique de l’hôtellerie-restauration

Les bars, clubs et lounges sont en tête, tandis que 47 % des moins de 35 ans disent sortir davantage le mercredi soir

mercredi 11 novembre 2026



Le mercredi prend une place croissante dans l’activité du secteur britannique de l’hôtellerie-restauration, selon des données publiées le mercredi 11 novembre par la plateforme de paiement Square. Les jeunes clients délaissent de plus en plus le week-end traditionnel pour leurs sorties.

Square indique que les ventes du secteur de l’hôtellerie-restauration le mercredi ont augmenté de 31 % par rapport à 2021. Les bars, clubs et lounges ont enregistré les plus fortes hausses, avec des recettes en progression de 40 % sur la même période, signe d’une évolution marquée des habitudes de sortie.

L’entreprise précise également qu’une enquête distincte menée auprès de 1 000 dirigeants d’établissements du secteur a révélé que 44 % d’entre eux avaient constaté une hausse de leur chiffre d’affaires le mercredi soir. Les ventes réalisées le mercredi entre 18 heures et 20 heures dépassaient de 36 % leur niveau d’il y a deux ans, tandis que celles du jeudi, sur la même plage horaire, avaient progressé de 47 %.

Ces résultats suggèrent que, pour de nombreux professionnels, l’activité en milieu de semaine n’est plus une occasion secondaire. Selon Square, 47 % des moins de 35 ans disent sortir plus souvent le mercredi qu’il y a deux ans. Parmi l’ensemble des personnes interrogées, 38 % déclarent que la fréquentation moins importante les incite davantage à sortir en semaine, et 25 % estiment qu’il est plus facile de réserver une table ou de prévoir une sortie dans leurs bars et restaurants préférés.

Robert White, directeur général de Square UK, estime que cette évolution semble tenir à la fois aux changements des habitudes de travail et aux préférences des consommateurs. Il avance que le développement du travail hybride après la pandémie pourrait en être une explication, tandis que certains clients choisissent aussi des soirées plus calmes et détendues plutôt que les soirées de week-end, plus animées.

Cette évolution influe déjà sur le fonctionnement des entreprises. Selon Square, 56 % des établissements du secteur interrogés ont lancé des promotions ou des événements destinés spécifiquement à la clientèle en semaine. Par ailleurs, 41 % ont déclaré avoir modifié ou étoffé leurs menus pour attirer davantage de clients en milieu de semaine.

Cette tendance pourrait également avoir des répercussions plus larges sur le secteur des boissons. Si davantage de clients choisissent de se rendre dans les pubs, bars et restaurants le mercredi et le jeudi, les professionnels pourraient devoir revoir leurs commandes de bière, de vin et de spiritueux, leurs effectifs et leurs calendriers de livraison pour répondre à une demande mieux répartie sur la semaine.

La plus forte hausse régionale des ventes du mercredi a été enregistrée à Sheffield, où les recettes ont progressé de 119 % par rapport à 2021, selon Square. Newcastle suit avec une augmentation de 62 %, tandis que Liverpool et Cardiff affichent chacune une hausse de 43 %. Ces chiffres montrent que cette évolution ne se limite ni à Londres ni à une seule partie du pays, mais concerne plusieurs grands marchés urbains.

Pour les propriétaires de pubs et les autres professionnels de l’hôtellerie-restauration, cette tendance pourrait contribuer à compenser les difficultés du modèle traditionnel, qui repose sur les ventes du vendredi et du samedi. Les promotions en semaine, les événements en direct et les offres de restauration et de boissons adaptées pourraient gagner en importance, alors que les établissements cherchent à attirer des clients désireux de sortir mais préférant les soirées moins fréquentées. Dans ce contexte, le mercredi s’impose comme un jour de vente plus important pour des établissements autrefois très dépendants de la fréquentation du week-end.