vinetur

Les ventes des groupes britanniques de pubs, bars et restaurants stagnent en octobre après cinq mois de hausse

Les bars ont enregistré le plus fort recul, avec une baisse des ventes de 3,1 %, accentuant la dépendance du secteur aux dépenses des fêtes de fin d’année

mercredi 18 novembre 2026



Les ventes des groupes britanniques de pubs, de bars et de restaurants sont restées stables en octobre, mettant fin à cinq mois consécutifs de croissance à périmètre comparable et rendant le secteur plus dépendant de l'activité de Noël pour améliorer ses résultats de fin d'année.

Mercredi 18 novembre, le NIQ RSM Hospitality Business Tracker a indiqué que les ventes à périmètre comparable de 122 groupes de restauration et de débits de boissons gérés en propre étaient inchangées par rapport à octobre 2025. Il s'agit d'un net ralentissement par rapport à la hausse de 2,7 % sur un an enregistrée en septembre, selon cette enquête mensuelle de NielsenIQ et RSM.

Ce résultat est important pour les acteurs de la restauration et des débits de boissons, car il mesure l'activité des établissements déjà ouverts, sans tenir compte de l'effet des nouvelles ouvertures. Une stabilité des ventes laisse penser que les consommateurs ont réduit leurs dépenses non essentielles, alors que le secteur entrait dans une période cruciale pour les pubs, les bars et les restaurants, qui comptent souvent sur la demande de novembre et décembre pour soutenir leurs bénéfices annuels.

NIQ et RSM ont indiqué que la prudence des consommateurs à l'approche de Noël avait pesé sur le marché. Le baromètre a également relevé que les tempêtes avaient ralenti l'activité au cours du mois. Cette combinaison a interrompu une reprise modeste amorcée à la fin du printemps et durant l'été.

Les bars ont été le segment le moins performant du marché en octobre. Leurs ventes à périmètre comparable ont reculé de 3,1 % sur un an, selon le baromètre. Les documents publiés avec le rapport ne fournissaient pas de chiffres comparables pour les pubs et les restaurants en octobre.

Le tableau d'ensemble n'était toutefois pas entièrement négatif. Le chiffre d'affaires total des 122 groupes, qui inclut les contributions des établissements nouvellement ouverts, a progressé de 3,7 % sur un an en octobre. Cela indique que l'expansion continue d'aider les grands opérateurs à accroître leurs revenus, même lorsque leurs établissements existants ne génèrent pas de croissance.

Pour les entreprises du secteur, l’écart entre la stagnation des ventes à périmètre comparable et la hausse du chiffre d’affaires total met en évidence une difficulté récurrente. Les opérateurs peuvent encore afficher une croissance de leur chiffre d’affaires grâce aux nouvelles ouvertures, mais la faiblesse de l’activité dans les établissements déjà implantés complique l’absorption de la hausse des coûts d’exploitation. La synthèse du baromètre publiée avec le communiqué de NIQ indique que le résultat d’octobre a accru la dépendance du secteur à la période de Noël pour compenser ces pressions sur les coûts.

Les chiffres d’octobre du baromètre viennent s’ajouter aux signes montrant que les consommateurs continuent de choisir avec soin leurs sorties au restaurant ou dans les débits de boissons. Après un mois de septembre plus favorable, cette brusque perte de vitesse suggère que les ménages continuent de gérer leurs dépenses avec prudence, d’autant que la période des fêtes approche et que d’autres dépenses saisonnières augmentent.

Le NIQ RSM Hospitality Business Tracker étant consacré aux groupes gérés en propre, il donne un aperçu des grands opérateurs plutôt que de l’ensemble du secteur. Ses relevés mensuels sont néanmoins suivis de près dans la filière, car ils renseignent sur les tendances de la demande, l’expansion du parc d’établissements et l’équilibre entre confiance des consommateurs et inflation des coûts. La stagnation d’octobre laisse le secteur aborder sa période la plus chargée sans pouvoir s’appuyer sur une forte croissance sous-jacente.