vinetur

Les ventes de spiritueux dans les pubs britanniques ont chuté de 23,5 % début novembre

Selon NielsenIQ, la prudence des consommateurs a également pesé sur les ventes de vin et de bière, tandis que le secteur se tournait vers Noël

samedi 21 novembre 2026



Les ventes de boissons dans les pubs, bars et autres établissements britanniques proposant une consommation sur place ont fléchi au cours de la première moitié de novembre, les spiritueux enregistrant le recul le plus marqué, selon une analyse publiée par NielsenIQ le 20 novembre.

NIQ a indiqué que le mois avait débuté sur une note morose, les consommateurs prudents pesant sur les ventes dans le secteur de la restauration. Les chiffres de l'entreprise montrent que les ventes de spiritueux ont reculé de 23,5 % sur un an au cours de la semaine close le 7 novembre, puis de 20,9 % durant celle close le 14 novembre.

Les ventes de vin et de bière ont également baissé, mais dans une moindre mesure que celles des spiritueux. Elles ont diminué de 11,2 % pour le vin durant la semaine close le 7 novembre, puis de 6 % durant celle close le 14 novembre. Les ventes de bière ont reculé respectivement de 6,2 % et de 2,8 %.

Ces chiffres témoignent d'une pression généralisée sur les principales catégories de boissons dans les établissements où les consommateurs boivent sur place, même si le recul a quelque peu ralenti au cours de la deuxième semaine considérée. Les spiritueux sont restés le segment le plus en difficulté sur les deux périodes, ce qui laisse penser que les consommations plus onéreuses et les dépenses discrétionnaires en cocktails et en shots ont été particulièrement affectées.

NIQ a qualifié ce ralentissement de début de mois morose et indiqué que le secteur comptait sur la période des fêtes pour relancer l'activité. Les pubs, bars, restaurants et fournisseurs de boissons abordent ainsi une période clé de l'année, durant laquelle les rassemblements saisonniers contribuent généralement à soutenir les ventes de bière, de vin et de spiritueux.

Pour la filière des boissons, ces résultats du début du mois de novembre pourraient accentuer la pression sur les stratégies commerciales pour les fêtes. Un marché de la consommation sur place moins dynamique avant Noël peut peser sur les prévisions de volumes de vente, les niveaux de stocks et les opérations promotionnelles dans les différentes catégories, en particulier les spiritueux, qui ont enregistré le plus fort recul au cours des deux semaines.

Les chiffres laissent également penser que la reprise de la demande dans les établissements reste inégale. Au cours de la semaine close le 14 novembre, le recul sur un an des ventes de bière et de vin a été moins marqué que la semaine précédente, mais les deux catégories sont restées en dessous de leur niveau de la même période un an plus tôt. Les ventes de spiritueux ont légèrement progressé par rapport à la semaine précédente, mais affichaient toujours une baisse de plus d'un cinquième.

L'analyse de NIQ vient renforcer les inquiétudes liées à la prudence des consommateurs dans le secteur britannique de la restauration, alors que les professionnels commencent généralement à préparer la montée en puissance de l'activité de fin d'année. Les prochaines semaines devraient compter non seulement pour le chiffre d'affaires des pubs et des bars, mais aussi pour les producteurs et distributeurs qui doivent déterminer les volumes de stocks à engager pour répondre à la demande saisonnière de vin, de bière et de spiritueux.