vinetur

Les ventes de bière dans les établissements britanniques ont reculé de 2,8 % à la mi-novembre

L’indicateur de NielsenIQ montre que le recul sur un an s’est réduit, passant de 6,2 % une semaine plus tôt, signe d’une pression moins forte avant Noël dans les établissements gérés par des groupes

lundi 23 novembre 2026



Les ventes de bière dans les établissements du secteur CHR en Grande-Bretagne sont restées inférieures à leur niveau de l’année précédente au cours de la semaine close le 14 novembre, mais leur recul s’est nettement atténué par rapport au relevé précédent, selon les données publiées par NielsenIQ le 20 novembre.

Le Daily Drinks Tracker de NielsenIQ indique que les ventes de bière en valeur dans son panel britannique ont baissé de 2,8 % par rapport à la même semaine de 2025. Il s’agit d’une amélioration par rapport au recul de 6,2 % sur un an enregistré pour la semaine close le 7 novembre.

Le taux de recul annuel s’est ainsi amélioré de 3,4 points de pourcentage entre les deux relevés hebdomadaires. Cela ne signifie pas que les ventes de bière ont augmenté de 3,4 % d’une semaine à l’autre. NielsenIQ n’a publié ni les montants de chiffre d’affaires sous-jacents en livres sterling ni les volumes, de sorte qu’il est impossible de calculer à partir des données diffusées la variation absolue des ventes entre les deux semaines.

Les chiffres portent sur des établissements du secteur CHR gérés par des groupes organisés et inclus dans le panel de suivi de NielsenIQ en Grande-Bretagne. Ils constituent donc un indicateur utile pour une partie du marché à l’approche de la période commerciale de Noël, mais ne représentent pas l’ensemble des établissements du secteur en Grande-Bretagne et ne décrivent pas la totalité du marché de la bière.

L’indicateur mesure les ventes en valeur, et non les quantités de bière écoulées. Comme la publication ne fournit aucune ventilation par prix, inflation, gamme de produits ou style de bière, les chiffres ne permettent pas de savoir si les consommateurs ont acheté davantage de bière en volume ou s’ils ont simplement dépensé différemment. Les données ne distinguent pas non plus l’effet de la tarification des menus de celui des variations de la demande des clients.

Malgré cette amélioration, le dernier relevé montre toujours que le chiffre d’affaires de la bière dans les établissements suivis était inférieur à celui enregistré un an plus tôt. Cela laisse penser que les conditions commerciales restaient moins favorables que pendant la semaine comparable de 2025, même si l’écart s’est réduit à mesure que les opérateurs se rapprochaient des fêtes de fin d’année, période durant laquelle les pubs,

bars et restaurants espèrent généralement une hausse de la fréquentation et des dépenses.

NielsenIQ a présenté ces chiffres comme faisant partie de son suivi continu des ventes. La publication ne fournit aucun chiffre cumulé comparable pour la bière, ce qui limite les conclusions plus générales sur l’évolution de la catégorie sur une période plus longue de l’automne.

Pour les opérateurs et les fournisseurs, le principal enseignement de la mise à jour du 20 novembre est que la pression sur les ventes de bière dans les établissements suivis semble s’être atténuée à la mi-novembre, sans toutefois suffire à ramener la catégorie à la croissance. Le marché restant en territoire négatif et la couverture étant partielle, les données indiquent un recul moins marqué plutôt qu’un véritable retournement.