vinetur

Les établissements gérés britanniques abordent les fêtes après un recul des ventes de boissons pendant cinq semaines sur six

NIQ souligne la faiblesse des samedis, la demande atone en spiritueux et la prudence des consommateurs, qui rendent les opérateurs tributaires des rassemblements de Noël

mardi 24 novembre 2026



Le secteur britannique de l’hôtellerie-restauration aborde la période commerciale des fêtes sous pression, après une nouvelle série de baisses des ventes de boissons dans les établissements gérés, selon des données récentes publiées le 23 novembre par The Brewers Journal et issues du Daily Drinks Tracker de NIQ, alimenté par CGA.

Le suivi montre que les ventes moyennes dans les établissements gérés au cours de la semaine achevée le samedi 7 novembre étaient inférieures de 6,4 % à celles enregistrées sur la même période en 2025. L’activité s’est quelque peu améliorée la semaine suivante, mais les ventes de la semaine achevée le samedi 14 novembre restaient en baisse de 3,1 % sur un an.

Les chiffres signifient que les ventes de boissons sur place ont affiché une croissance négative sur un an pendant cinq des six dernières semaines depuis début octobre. Les données de NIQ montrent également que le chiffre d’affaires a été inférieur à celui de l’année précédente lors de chacun des dix premiers jours de novembre.

Les derniers chiffres signalent un début de période difficile, alors qu'elle est généralement cruciale pour les pubs, les bars et les autres acteurs de l'hôtellerie-restauration. Les entreprises du secteur comptent désormais sur une reprise fin novembre et en décembre, portée par les rassemblements de Noël et du Nouvel An, pour améliorer leurs résultats.

Rachel Weller, responsable commerciale de NIQ au Royaume-Uni et en Irlande, a déclaré que les données ne donnaient guère de raisons au circuit hors domicile d'aborder les fêtes avec confiance. Elle a indiqué que la faiblesse de l'activité le samedi et la demande atone en spiritueux étaient particulièrement préoccupantes, ajoutant que de nombreux consommateurs semblaient réduire leurs dépenses, leur consommation d'alcool, ou les deux.

Selon NIQ, la prudence des consommateurs à l'approche de Noël a été un facteur déterminant des résultats récents. Le suivi a également mis en évidence le temps froid dans certaines régions du pays et une trêve internationale dans le calendrier de la Premier League anglaise parmi les facteurs ayant pesé sur les ventes.

Cette combinaison de facteurs concerne bien au-delà des pubs et des bars. Un début de saison de Noël moins dynamique peut peser sur les prévisions des producteurs et distributeurs de bière, de vin et de spiritueux, ainsi que des exploitants d'établissements. Si la demande reste irrégulière, les entreprises pourraient faire preuve de davantage de prudence dans leurs achats pour les fêtes et leurs décisions de gestion des stocks.

La pression semble particulièrement nette dans le secteur des spiritueux, que Rachel Weller a identifié comme l'une des catégories les moins dynamiques dans les données récentes. Un ralentissement durable de ce segment inquiéterait les fournisseurs, car la période des fêtes est souvent marquée par une hausse des dépenses consacrées aux produits haut de gamme et aux occasions festives.

Dans le même temps, NIQ estime que l'intérêt des consommateurs pour les moments de convivialité continue de soutenir le secteur. Rachel Weller a indiqué que les études de l'entreprise montrent toujours que les consommateurs apprécient les pubs et les bars lors des célébrations collectives comme Noël et le Nouvel An. Une reprise des

dépenses au fil de la saison reste donc possible, même si les dernières données suggèrent qu'un rebond est loin d'être acquis.

Pour l'heure, le suivi indique que les opérateurs devront peut-être redoubler d'efforts pour capter les dépenses discrétionnaires de ménages toujours sensibles aux prix. Rachel Weller a déclaré que les établissements et les fournisseurs devraient proposer un rapport qualité-prix clair, des produits de qualité et une expérience globale convaincante pour inciter les consommateurs à sortir boire un verre plutôt qu'à rester chez eux.

Ce défi se présente à un moment sensible du calendrier. Novembre et décembre contribuent souvent à déterminer le bilan annuel des groupes de restauration et de loisirs, et des ventes de boissons décevantes peuvent rapidement influer sur les plans de recrutement, les actions promotionnelles et la répartition des ventes par catégorie. Si la faiblesse de la demande se prolonge pendant la saison, les fournisseurs pourraient aussi rencontrer davantage de difficultés à obtenir des référencements, à écouler leurs volumes et à maintenir le rythme des commandes dans le circuit hors domicile.

Les résultats de NIQ n'excluent pas encore une fin d'année plus favorable, mais ils indiquent que le secteur aborde les fêtes avec peu d'élan. Après cinq semaines de baisse sur six depuis début octobre, les pubs, les bars et les fournisseurs de boissons comptent sur la demande festive pour inverser la tendance récente.