vinetur

L'hôtellerie britannique enregistre une baisse du nombre de visiteurs, mais des séjours plus longs et des dépenses plus élevées pour les boissons haut de gamme

L'évolution vers la qualité, la consommation réfléchie et les expériences haut de gamme contraste avec les disparités régionales et les défis permanents du secteur dans l'ensemble du pays.

mercredi 10 septembre 2025



Des données récentes du secteur britannique de l'hôtellerie et de la restauration montrent que les consommateurs sortent moins souvent, mais que lorsqu'ils le font, ils ont tendance à rester plus longtemps et à dépenser plus pour des boissons de qualité supérieure. Le rapport Oxford Market Watch de The Oxford Partnership, qui a analysé les tendances au cours des quatre semaines précédant la fin du mois d'août, a révélé que la durée moyenne de séjour dans les bars et les restaurants a augmenté de 12,5 % par rapport à l'année précédente. Cependant, la fréquentation globale a diminué, ce qui indique que moins de personnes se rendent dans les établissements, même si celles qui s'y rendent font en sorte que leur visite compte.

Alison Jordan, PDG du Partenariat d'Oxford, a déclaré que si les gens choisissent de sortir plus longtemps et d'opter pour des boissons de meilleure qualité, le secteur est confronté à des défis. "Les gens sortent plus longtemps et choisissent de plus en plus des boissons de qualité supérieure, mais cet optimisme est contrebalancé par l'érosion constante du nombre de points de vente et par des performances régionales inégales",

a-t-elle déclaré.

Les barmans de tout le pays ont remarqué ce changement de première main. Vasile Sicu, chef barman au Manifest Restaurant and Bar de Liverpool, décrit une évolution qui s'éloigne de la consommation excessive d'alcool et des expériences génériques dans les bars. Selon lui, les clients recherchent désormais des boissons de qualité, des choix plus sains et des lieux à l'atmosphère accueillante. "Les cocktails artisanaux, les boissons à faible teneur en alcool ou sans alcool et les bières locales sont populaires parce qu'ils donnent l'impression d'être spéciaux", explique M. Sicu. "Les bars à l'ambiance agréable, au design cool et au sens de l'histoire ou de la communauté l'emportent sur les endroits bruyants, bondés et impersonnels. Il s'agit moins de se saouler que de profiter de la nuit d'une manière amusante, significative et mémorable.

Les données du marché confirment ces observations. La Premium Lager et la World Lager ont toutes deux gagné des parts de marché au cours des dernières semaines (respectivement 1,7 et 3,9 points de pourcentage), tandis que la Stout a connu une augmentation significative de 14 points de pourcentage. En revanche, les catégories traditionnelles telles que les Core Lager, les World 4% beers, les Ale et les Craft beer ont perdu du terrain.

La tendance à la consommation réfléchie se manifeste également par la popularité croissante des boissons sans alcool ou à faible teneur en alcool. Les ventes de cette catégorie ont fait un bond de 15,9 % pendant le week-end des vacances d'août. Jordan Hemsil, directeur du restaurant de l'hôtel Forest Side à Grasmere, a constaté un net recul des boissons à forte teneur en alcool cet été. Il s'attend à une croissance continue du mouvement "low and no" jusqu'en 2025, avec davantage d'innovation dans les mocktails utilisant des ingrédients locaux et des techniques d'infusion.

M. Hemsil a souligné que l'équilibre entre valeur et premiumisation reste un défi pour les opérateurs. Les établissements doivent rester attractifs pour les consommateurs confrontés à la pression des coûts, tout en profitant des occasions où les gens sont prêts à dépenser plus.

Les différences régionales restent prononcées dans le paysage de l'hôtellerie et de la restauration au Royaume-Uni. Londres et le Sud-Est ont bien résisté grâce au tourisme et à une plus grande concentration d'établissements haut de gamme. L'Écosse a connu la plus forte baisse du nombre de points de vente depuis le début de l'année, soit une chute de 3 %, ce qui souligne l'inégalité de la reprise entre les régions.

Les habitudes de consommation varient également d'une région à l'autre. Le Sud-Ouest est en tête des dépenses en boissons avec une augmentation de 13,7 % depuis le début de l'année ; les West Midlands ont connu une augmentation à court terme de 7,3 %. L'Écosse a obtenu de bons résultats en matière de dépenses alimentaires, avec une augmentation de 16,7 % depuis le début de l'année. Toutefois, l'Irlande du Nord a enregistré une baisse de 5,7 % des dépenses en boissons sur une base annuelle, tandis que le Nord-Est a connu une baisse à deux chiffres des dépenses en alimentation. Même Londres a subi des pressions sur les budgets des consommateurs pour les sorties au restaurant : les dépenses alimentaires y ont chuté de 2,3 % au cours des quatre dernières semaines.

Le jour férié du mois d'août a quelque peu soulagé le secteur, puisque les ventes ont augmenté de 3,4 % par rapport à un week-end d'été moyen. Les boissons sans alcool et à faible teneur en alcool ont été parmi les plus performantes au cours de cette période, avec des ventes en hausse de près de 16 %, suivies par le cidre, avec un peu plus de 10 %. Les bières premium et les bières du monde ont également enregistré des hausses notables.

Malgré ces signes positifs pour certaines catégories et régions, les pressions structurelles persistent pour les entreprises du secteur de l'hôtellerie et de la restauration au Royaume-Uni, qui doivent s'adapter à l'évolution des habitudes des consommateurs et aux réalités économiques.