vinetur

I pub del Regno Unito hanno venduto 28,2 milioni di pinte nel weekend festivo di primavera

Il clima più mite e il lungo weekend hanno sostenuto gli affari, con le vendite di cider in aumento del 42,7% nell'intero periodo festivo

mercoledì 3 giugno 2026

I pub di tutto il Regno Unito hanno venduto 28,2 milioni di pinte nel weekend festivo di primavera, con un aumento dell'11,5% rispetto allo stesso periodo di quattro giorni dello scorso anno, secondo i dati di Oxford Partnership e BevMetrics/Vianet.

I dati, relativi al periodo dal 22 al 25 maggio, mostrano che la festività ha dato una chiara spinta al commercio on-trade, grazie al clima più mite e al lungo weekend che hanno portato più clienti nei pub. In media, ogni locale ha servito circa 860 pinte nel periodo e ha registrato incassi medi per £4.449 nelle vendite di bevande, secondo i dati.

I clienti sono rimasti anche più a lungo. Il tempo medio di permanenza è salito di 10 minuti rispetto a un anno prima, raggiungendo 154 minuti, mentre l'occupazione complessiva ha toccato il 65,8%, segno che molti consumatori hanno vissuto la festività come un'uscita sociale più lunga piuttosto che come una breve sosta per un solo giro di consumazioni.

L'andamento migliore si è registrato lunedì, quando l'occupazione è aumentata di 6 punti percentuali rispetto all'anno scorso. Ciò indica una distribuzione più ampia delle visite ךרואל l'intero weekend, invece di un'attività concentrata soprattutto al sabato.

I pub dei centri cittadini sono rimasti i locali più frequentati, con un tasso di occupazione del 70,6%. Anche i pub rurali hanno registrato un miglioramento significativo, con un’occupazione in aumento di 3 punti percentuali su base annua, mentre i consumatori cercavano visite orientate alla destinazione e al tempo libero fuori dalle aree urbane.

Il mix delle bevande vendute è cambiato con il meteo. Il cider è stato la categoria protagonista, in crescita del 42,7% rispetto all’anno scorso e davanti a tutte le altre principali tipologie di bevanda. Le vendite di world lager sono aumentate del 26,4%, mentre il lager complessivo è salito del 17,2%. Il premium lager è cresciuto del 16,2% e il premium 4% lager del 14,4%, a conferma della domanda sostenuta per birre di marca con fasce di prezzo più alte.

Per contro, i volumi di ale sono scesi dell’8,8% e quelli di stout del 16,4%, a conferma del fatto che le condizioni più calde hanno spinto alcuni consumatori lontano dagli stili più corposi, che tendono a performare meglio nei mesi freddi.

Alison Jordan, amministratrice delegata di Oxford Partnership, ha detto che la festività ha mostrato come meteo e comportamento sociale stiano influenzando il commercio dei pub. Ha aggiunto che i consumatori scelgono sempre più spesso occasioni più lunghe e orientate all’esperienza quando escono, creando opportunità per operatori e fornitori in grado di rispondere a queste preferenze.