vinetur

La Peroni in bottiglia guida gli ordini nei pub durante la partita dell’Inghilterra contro la Norvegia

Access Hospitality ha rilevato che la lager in bottiglia ha superato la birra alla spina del 49%, mentre il Prosecco ha generato il valore di vendita più alto in una delle serate più affollate del torneo.

mercoledì 15 luglio 2026



I dati dei pub sulla partita dell’Inghilterra contro la Norvegia ai Mondiali di sabato hanno mostrato che la lager in bottiglia ha guidato gli ordini di bevande, con le bottiglie da 330 ml di Peroni in cima alla lista degli articoli più acquistati durante il match.

I dati provengono da Access Hospitality, che ha affermato di aver analizzato i dati di acquisto legati alle prenotazioni nei pub del Regno Unito del suo più grande cliente EPOS dopo la partita. L'azienda ha detto che i risultati offrono una fotografia di ciò che i tifosi di calcio hanno scelto di mangiare e bere durante una delle serate nei pub più affollate del torneo.

Secondo l'analisi, la Peroni in bottiglia è stata la singola bevanda più ordinata della serata. La Peroni alla spina si è classificata al secondo posto, ma le vendite della Peroni in bottiglia sono state superiori del 49% rispetto a quelle alla spina. La Corona in bottiglia si è piazzata terza tra i singoli ordini di bevande, rafforzando il predominio della lager ךרואל tutta la serata.

Access Hospitality ha detto che la lager è stata in assoluto la categoria di bevande con le migliori performance, suggerendo che la birra sia rimasta la scelta principale per i tifosi che guardavano la partita nei pub. Allo stesso tempo, i dati indicavano una domanda più ampia oltre la birra. Gin tonic si è classificato come la quarta bevanda più ordinata della serata e i distillati sono stati la seconda categoria di bevande per volume.

Questo mix conta per i gestori dei pub durante i grandi eventi sportivi, quando la domanda può cambiare rapidamente e i locali devono bilanciare la rapidità del servizio con una gamma abbastanza ampia da intercettare diverse abitudini di spesa. L'azienda ha detto che i dati indicano che, sebbene le folle di calcio continuino a orientarsi fortemente verso la lager, molti clienti hanno scelto anche distillati, vino spumante e vino fermo.

In termini di valore, il Prosecco ha superato ogni altro articolo bevanda nonostante abbia venduto meno unità rispetto alla birra in bottiglia. Access Hospitality ha detto che sono state vendute il 248,8% di unità in più di Peroni in bottiglia rispetto al Prosecco, eppure il Prosecco ha generato un valore di vendita superiore dell'87,6%. Anche il rosé ha mostrato un andamento simile. La Peroni in bottiglia ha venduto il 300,7% di unità in più rispetto al rosé, ma il rosé ha prodotto un valore di vendita superiore del 78,1%.

Il contrasto tra volume e valore evidenzia una dinamica familiare nei pub britannici durante i grandi eventi sportivi trasmessi in televisione. Le bevande a basso prezzo e a rapida rotazione spesso dominano le vendite per unità, mentre vino spumante, vino e cocktail possono contribuire in misura maggiore al fatturato per ordine. Per gli operatori, questo può orientare le decisioni su livelli di stock, personale e promozioni durante le partite del torneo.

Anche gli ordini di cibo riflettevano il ritmo del consumo nella serata della partita. Patatine e frutta secca erano tra le scelte più popolari, segnalando una domanda di snack veloci che si potessero consumare senza lasciare il posto o perdere i momenti chiave del gioco. Secondo l'analisi dell'azienda, i pasti più tradizionali da seduti hanno attirato un numero relativamente basso di ordini.

Questo schema si inserisce in una tendenza più ampia dei pub durante le dirette sportive, in cui i clienti spesso preferiscono cibi facili da condividere e che richiedono poco tempo di attesa. Snack come patatine e frutta secca sono semplici da servire rapidamente per i locali e si abbinano facilmente a birra, distillati o vino. Per i pub che gestiscono un forte afflusso prima del calcio d'inizio e all'intervallo, questi articoli possono anche ridurre la pressione sulle cucine.

Champa Magesh, managing director di Access Hospitality, ha detto che i dati mostrano quanto fortemente le grandi partite di calcio influenzino il commercio dei pub. "Questi dati mostrano quanto siano potenti i grandi momenti del calcio per i pub", ha detto Magesh. "La lager è ancora in testa, ma la popolarità di bevande come gin tonic, prosecco e vino indica che i clienti apprezzano anche la varietà quando celebrano l'occasione."

Magesh ha aggiunto che le informazioni di vendita in tempo reale possono aiutare i locali ad adeguare scorte e piani di servizio mentre il torneo prosegue. "Le nostre analisi dimostrano il valore dell'uso dei dati in tempo reale per prendere decisioni rapide sulla gestione delle scorte che aiuteranno i locali a massimizzare i ricavi per il resto del torneo, offrendo ciò che i clienti desiderano di più", ha detto.

Access Hospitality fa parte di The Access Group e fornisce software e strumenti di gestione per le attività dell’ospitalità. L’azienda afferma di lavorare con oltre 45.000 locali del settore hospitality nel Regno Unito e con più di 100.000 venue in tutto il mondo.

I dati offrono uno sguardo ristretto ma utile su come i tifosi hanno speso durante una singola partita internazionale di alto profilo nel commercio dei pub in Inghilterra. Suggeriscono che nelle grandi serate di calcio la lager in bottiglia resta centrale per l’occasione, ma il vino spumante premium, il vino e i cocktail possono avere un peso sproporzionato nei ricavi, mentre i semplici snack da bar continuano a battere i pasti completi quando l’attenzione è fissata sullo schermo.