vinetur

La Coppa del Mondo ha spinto del 9,2% le vendite di lager nei pub britannici.

Oxford Partnership ha rilevato un aumento complessivo delle vendite di birra e sidro del 5,8%; l’ale ha perso ulteriore terreno.

giovedì 13 agosto 2026



I pub e i bar britannici hanno tratto beneficio dalla Coppa del Mondo maschile di quest’estate, ma i guadagni non si sono distribuiti in modo uniforme tra gli stili di birra. I dati pubblicati mercoledì da Oxford Partnership mostrano che i locali del settore

dell’ospitalità britannico hanno venduto più lager e sidro durante il torneo, mentre l’ale ha continuato a perdere terreno.

Nel corso della competizione, disputata dall’11 giugno al 19 luglio, i locali hanno venduto in media nove pinte in più al giorno e incassato circa 1.891 sterline in più per punto vendita rispetto a giornate comparabili nel 2025, secondo il gruppo di ricerca. Queste due cifre principali combinano le vendite di birra e sidro, non la sola birra.

Le vendite totali di birra e sidro sono aumentate del 5,8% rispetto al periodo comparabile dell’anno scorso. All’interno di quel mercato, le vendite di lager sono salite del 9,2%, mentre l’ale è scesa del 6,8%. Ciò ha lasciato un divario di 16 punti percentuali tra le due categorie durante uno dei periodi più intensi dell’estate per i pub.

La parte più forte del mercato della lager è stata la lager internazionale, o “world”, cresciuta del 13,4%. Lo stout è salito dell’1,9%, ben al di sotto del ritmo del mercato complessivo, e la birra artigianale è scesa dello 0,4%. Il divario tra lager internazionale e ale ha raggiunto 20,2 punti, segno che il consumo nei giorni delle partite ha favorito i marchi di lager più familiari rispetto all’ale tradizionale o alle offerte craft più piccole.

Le cifre di Oxford Partnership indicano un chiaro spostamento in ciò che i clienti hanno ordinato quando il calcio ha portato folle più numerose nei locali. La Coppa del Mondo ha contribuito a sostenere l’andamento complessivo del settore, ma sembra anche aver concentrato la domanda nelle categorie già dominanti in molti bar. Questo conta per i gestori dei pub, perché la crescita della birra durante i grandi tornei viene spesso considerata un impulso generale per la categoria. In questo caso, il rapporto suggerisce che il beneficio è stato più ristretto, con lager e sidro a fare la maggior parte del lavoro.

Il sidro, in effetti, ha superato la lager, salendo dell’11,7% rispetto allo stesso periodo del 2025. Questo aumento ha contribuito a spingere più in alto il totale combinato di birra e sidro e spiega perché il mercato nel suo complesso è cresciuto nonostante il calo dell’ale e della birra artigianale.

Oxford Partnership non ha specificato nel comunicato se ogni variazione percentuale per stile si riferisse ai volumi o al valore, anche se lo studio usa le pinte come principale unità di misura e riporta la media di pinte vendute per punto vendita. Resta quindi una

certa incertezza sulla ripartizione per categoria, anche se l'andamento generale del commercio è chiaro.

La singola giornata più forte per le vendite di birra alla spina e sidro è arrivata durante la partita Inghilterra-Norvegia di sabato 11 luglio, quando i locali hanno venduto in media 303 pinte ciascuno. I sabati hanno offerto la base commerciale migliore per tutto il torneo, e il rapporto ha detto che quattro delle cinque giornate più forti sono cadute di sabato. La partecipazione dell'Inghilterra ha dato un'ulteriore spinta alla domanda, rafforzando il consueto vantaggio che le partite del fine settimana hanno per i pub.

La ripartizione per tipologia di locale mostra che anche la posizione ha contato. I punti vendita nei centri città hanno registrato il tasso di vendite giornaliere più alto citato nel rapporto, 178,1 pinte, ma hanno anche segnato la crescita annua più debole, all'1,8%. Oxford Partnership ha detto che gli orari d'inizio potrebbero aiutare a spiegare questo andamento. Con relativamente poche partite che iniziavano verso la fine della giornata lavorativa, alcuni consumatori sembravano più propensi a lasciare i distretti centrali degli affari, tornare a casa e poi scegliere dove guardare. Ciò avrebbe ridotto la capacità dei locali dei centri città di trasformare il normale traffico dei pendolari in occasioni da Coppa del Mondo.

I locali urbani, al contrario, hanno registrato la crescita maggiore, con un aumento dell'8,5% su base annua, pur avendo un tasso di vendite giornaliere leggermente inferiore rispetto ai locali del centro città. I pub di quartiere hanno venduto in media 164,1 pinte al giorno e sono cresciuti del 6,5%, a indicare che il commercio di prossimità ha beneficiato quando i tifosi guardavano le partite più vicino a casa.

Per i produttori di birra e gli operatori dei pub, la suddivisione per categoria potrebbe essere la parte più importante dei dati sulla Coppa del Mondo. I grandi tornei possono aumentare il flusso di clientela, ma non fanno salire automaticamente ogni stile. In questo caso, i guadagni più forti sono arrivati dalla lager, soprattutto dalla lager internazionale, e dal sidro. L'ale si è mossa nella direzione opposta anche se le vendite complessive di birra e sidro sono aumentate.

Oxford Partnership ha anche detto che la Coppa del Mondo di quest’anno ha creato un effetto sull’on-trade più grande del torneo Euro 2024 perché è durata più a lungo. Un evento più lungo offre agli operatori più occasioni per costruire visite ricorrenti e prolungare lo slancio su più giornate di partita. Eppure i dati del 2026 suggeriscono che un calendario più lungo non ha cambiato il modello di consumo di base all’interno del pub: quando sono arrivati i tifosi del calcio, hanno ordinato più lager e sidro, mentre l’ale è rimasta sotto pressione.