vinetur

Cruzcampo afferma di essere diventata la marca di birra spagnola più venduta nel Regno Unito

La lager di proprietà di Heineken dichiara di essere oggi servita in oltre 18.500 pub e bar del Regno Unito

martedì 10 novembre 2026



Cruzcampo è diventata la marca di birra spagnola più venduta nel Regno Unito ed è oggi servita in oltre 18.500 pub e bar del Paese, secondo le informazioni diffuse martedì dall'azienda, che cita dati NielsenIQ riferiti a settembre 2026.

La marca, di proprietà di Heineken e nata a Siviglia nel 1904, ha dichiarato di essere ora in testa a tutte le marche di birra spagnole sul mercato britannico sia per volume sia per valore delle vendite. L'azienda ha inoltre affermato che Cruzcampo si è classificata al terzo posto per valore tra tutte le marche di birra alla spina vendute nel Regno Unito, comprese quelle nazionali e internazionali.

I dati indicano una posizione solida per la marca spagnola nel settore dell'ospitalità britannico, dove le vendite di birra attraverso pub e bar restano un elemento centrale della concorrenza tra i produttori. Cruzcampo ha dichiarato che più di una birra su tre venduta nel Regno Unito con una marca spagnola è un suo prodotto. Ha aggiunto che il volume complessivo venduto sul mercato equivale a circa 900.000 pinte al giorno.

L'azienda non ha reso noti i ricavi, la quota percentuale complessiva di mercato né il periodo statistico esatto preso in esame nella classifica NielsenIQ. Insieme all'annuncio non è stata pubblicata la metodologia originale e non è stato possibile verificare in modo indipendente tutti i criteri alla base del confronto. La classifica è stata presentata come una misura del valore delle vendite nel mercato britannico della birra alla spina a settembre 2026.

Pur con questi limiti, i dati suggeriscono che Cruzcampo abbia superato la condizione di prodotto d'importazione di nicchia, conquistando un'ampia distribuzione in uno dei mercati della birra più competitivi d'Europa. L'azienda ha dichiarato che la birra è oggi servita in oltre 18.500 pub e bar del Paese. Ha aggiunto che si tratta di circa un locale su quattro, sulla base di una stima di quasi 71.000 pub nel Regno Unito.

Cruzcampo è entrata sul mercato britannico nell'aprile 2023. L'azienda ha dichiarato che il lancio è stato trainato in parte dalla domanda dei turisti britannici che avevano assaggiato la birra durante un soggiorno nel sud della Spagna e che in seguito l'hanno cercata una volta rientrati a casa. Da allora Heineken ha ampliato la distribuzione della marca sia nel canale della ristorazione sia nella vendita al dettaglio.

Secondo l'azienda, nel primo anno Cruzcampo era già presente in quasi 10.000 bar britannici e aveva raggiunto il 68% dei supermercati. La marca ha continuato a crescere da allora in città come Londra, Manchester, Birmingham e Leeds.

Heineken ha sostenuto l’espansione con investimenti in marketing nel Regno Unito. Cruzcampo ha dichiarato di aver realizzato nel 2026 una campagna chiamata Choose to Cruz, diffusa in televisione, sulle piattaforme di streaming, sui social media e attraverso la pubblicità esterna, con spazi anche alla stazione di Waterloo e a Piccadilly Circus, a Londra. L’azienda ha collegato la promozione alla rapida crescita della marca, senza però fornire una ripartizione che indichi quanto dell’incremento sia riconducibile alla pubblicità, ai prezzi, alla maggiore distribuzione o alle tendenze generali della categoria.

L’azienda ha segnalato anche la crescita nei supermercati, affermando che Cruzcampo è la marca in più rapida crescita nell’intera categoria della birra e avanza a un ritmo superiore di oltre quattro volte a quello del mercato nel suo complesso. Anche questo confronto non è stato accompagnato dalla pubblicazione dei dati sottostanti.

Parte della strategia nella vendita al dettaglio ha incluso Cruzcampo Sevilla Orange, una birra aromatizzata lanciata sul mercato britannico. L’azienda ha dichiarato che il prodotto ha superato le aspettative interne e registra ora la più alta penetrazione di mercato nel Regno Unito tra le birre aromatizzate. Ha inoltre affermato che il 12% dei suoi acquirenti era nuovo alla categoria della birra e del sidro, presentando il dato come prova del fatto che il prodotto stava attirando nuovi consumatori nel segmento, anziché limitarsi a spostare la domanda da altre marche.

La crescita di Cruzcampo nel Regno Unito è significativa per Heineken, impegnata a rafforzare le marche premium e con un posizionamento internazionale nei mercati maturi della birra. Secondo BarthHaas, gruppo di settore che si occupa di luppolo e birrificazione, nel 2025 Heineken era il secondo produttore di birra al mondo, con 235,65 milioni di ettolitri. Cruzcampo offre al produttore olandese una marca di origine spagnola, con una chiara identità regionale, capace di competere in un mercato in cui le lager d’importazione e le birre di stile mediterraneo attirano da tempo i consumatori britannici.

I risultati nel Regno Unito offrono inoltre a Cruzcampo una presenza internazionale al di fuori della Spagna, dove la marca è da tempo tra le più vendute in Andalusia e nel mercato nazionale nel suo complesso. Secondo l’azienda, la birra destinata al mercato

britannico è prodotta a Siviglia.

I nuovi dati non mostrano quante posizioni Cruzcampo abbia guadagnato in classifica rispetto all'anno precedente, poiché l'annuncio non era accompagnato da una graduatoria comparabile relativa al periodo precedente. Non indicano nemmeno che tutte le vendite britanniche della marca corrispondano a birra esportata dalla Spagna secondo le definizioni utilizzate nei dati commerciali, dato che proprietà societaria, produzione e distribuzione commerciale possono essere conteggiate in modo diverso a seconda del criterio adottato.

La posizione delineata dall'azienda segna comunque un risultato di rilievo per una marca di origine spagnola nel canale dei bar del Regno Unito. Un mercato un tempo dominato da marchi britannici storici e lager globali di largo consumo sembra aver fatto spazio a Cruzcampo ai vertici delle classifiche di valore della birra alla spina, almeno secondo l'interpretazione dei dati NielsenIQ di settembre 2026 fornita dall'azienda.