vinetur

Pub britannici più frequentati, ma a ottobre le vendite di birra e sidro alla spina sono calate del 2,5%

L’occupazione ha raggiunto il 66,2%, con una permanenza media di 154 minuti e una spesa per il cibo in aumento del 4,3%

martedì 17 novembre 2026



A ottobre i pub del Regno Unito sono stati più frequentati, ma la maggiore affluenza non si è tradotta in un aumento delle vendite di birra e sidro alla spina.

I dati Market Watch di The Oxford Partnership, riportati martedì 17 novembre da The Morning Advertiser, mostrano che a ottobre l'occupazione media dei pub è salita di 3,5 punti percentuali rispetto a un anno prima, raggiungendo il 66,2%. Nello stesso periodo, i volumi di birra e sidro alla spina venduti sono scesi del 2,5% su base annua e il tasso medio di vendita è diminuito dello 0,4% rispetto a ottobre 2025, invertendo la ripresa della crescita registrata a settembre.

I dati delineano un andamento commerciale in cui i clienti continuano a uscire, ma non acquistano quantità sensibilmente maggiori di bevande. È un aspetto rilevante per birrifici, produttori di sidro, distributori e gestori di pub, perché il solo aumento dell'affluenza non sta generando volumi di vendita più elevati nelle categorie alla spina. Se la tendenza proseguirà, la crescita delle visite potrebbe non bastare da sola a incrementare le vendite di bevande.

The Oxford Partnership ha affermato che il tempo instabile e due tempeste hanno contribuito a rendere difficile l'attività nel corso del mese. I pub rurali hanno registrato il calo più marcato del tasso di vendita, pari al 2,7%, seguiti dai locali in periferia, dove la diminuzione è stata dello 0,9%.

Nonostante ciò, una volta arrivati, i clienti si sono trattenuti più a lungo. La permanenza media è aumentata di 12 minuti, raggiungendo i 154 minuti. Anche la spesa media dei consumatori è salita del 2,8% su base annua, arrivando a £26,80, ma l'aumento è stato trainato soprattutto dal cibo, più che dalle bevande.

La spesa per il cibo è aumentata del 4,3%, a £32,35, a fronte di un incremento dello 0,5% per le bevande, a £20,89. Alison Jordan, amministratrice delegata di The Oxford Partnership, ha affermato che i dati di ottobre indicano che i consumatori non hanno smesso di frequentare i pub, ma destinano una quota maggiore della spesa al cibo. Secondo Jordan, i dati potrebbero riflettere un cambiamento nel modo in cui le persone vivono i pub, con l'alcol che non è più il motivo principale di ogni visita.

L'analisi delle categorie ha restituito un quadro variegato. Considerando il totale mobile annuale, il sidro è stato il segmento alla spina con i risultati migliori, con un tasso di vendita in aumento del 6,5%. Seguono stout (+5,4%), lager internazionali (+4,9%), lager premium (+2,4%) e birre artigianali (+1,6%).

Le categorie più tradizionali sono rimaste sotto pressione. La lager di fascia standard è calata del 3,7% e la ale del 3,6%, a indicare che la domanda resta disomogenea anche mentre alcuni segmenti premium e specializzati continuano a crescere.

Nonostante il dato più debole di ottobre, le cifre di più lungo periodo sono rimaste leggermente positive. Dall'inizio dell'anno, il tasso di vendita era ancora superiore dello 0,6% a quello del 2025, mentre il tasso di vendita del mercato complessivo, calcolato sul totale mobile annuale, era in aumento dello 0,5%.

Jordan ha affermato che il periodo natalizio potrebbe offrire ai gestori l'opportunità di incoraggiare i clienti ad acquistare bevande insieme ai pasti e in altre occasioni conviviali. Per il settore delle bevande, i dati di ottobre indicano che pub più pieni non generano automaticamente maggiori vendite alla spina: un segnale che nei prossimi mesi potrebbero assumere maggiore importanza il mix di prodotti e l'equilibrio tra le visite legate al cibo e quelle orientate alle bevande.