vinetur

La stout è il segmento birrario in più rapida crescita nei pub britannici, con un +5,4% fino a ottobre 2026

I dati di Market Watch mostrano un calo del 3,7% per la lager di fascia base, a conferma delle difficoltà degli stili birrari tradizionali del mercato di massa britannico

martedì 17 novembre 2026



Nei 12 mesi terminati a ottobre 2026, la stout è rimasta il segmento birrario più solido nei pub britannici, mentre lager mainstream e ale hanno continuato a perdere terreno, secondo i dati di Market Watch elaborati da The Oxford Partnership e Vianet.

I dati mostrano che il ritmo di vendita della stout è aumentato del 5,4% rispetto all'anno precedente, in base al Moving Annual Total, una misura mobile su 12 mesi utilizzata dal fornitore. È stata la performance migliore tra le categorie birrarie riportate. All'estremo opposto del mercato, la lager di fascia base, definita dal fornitore come lager tradizionale, ha perso il 3,7%, mentre l'ale è calata del 3,6%.

Gli altri segmenti birrari sono rimasti in territorio positivo. La lager internazionale, secondo la denominazione del fornitore, è cresciuta del 4,9%. La lager premium è aumentata del 2,4%. La birra artigianale ha registrato un incremento dell'1,6%, proseguendo il ritorno alla crescita iniziato nel rapporto precedente.

I dati indicano un mercato in cui i consumatori continuano a sostenere alcuni segmenti più distintivi e in maggiore crescita, mentre le categorie tradizionali del mercato di massa restano sotto pressione. Il quadro suggerisce inoltre che le difficoltà degli stili birrari tradizionali non si sono attenuate, nonostante la ripresa di alcune aree del comparto dei pub.

La rilevazione di ottobre 2026 evidenzia anche alcuni cambiamenti rispetto ai dati del Moving Annual Total pubblicati per settembre 2026. Il tasso di crescita annuo della stout ha rallentato al 5,4% dal 5,9%, con un calo di 0,5 punti percentuali. La birra artigianale è salita all'1,6% dallo 0,7%, con un aumento di 0,9 punti percentuali. La lager internazionale è cresciuta leggermente, passando dal 4,8% al 4,9%. Queste variazioni riguardano i tassi di crescita annui, non le variazioni dei volumi fisici da un mese all'altro.

Il rapporto non fornisce i volumi assoluti di vendita dei segmenti birrari in questa ripartizione; i dati sulle categorie indicano quindi l'andamento e il relativo slancio, non le dimensioni complessive di ciascun mercato. È una distinzione importante nel settore dei pub, dove alcune categorie possono aumentare il proprio ritmo di vendita anche quando il mercato delle bevande nel suo insieme è alle prese con condizioni commerciali più difficili.

Nel mercato più ampio, ottobre è stato un mese difficile per le bevande alla spina nei pub e negli altri locali del settore dell'ospitalità nel Regno Unito. The Oxford Partnership e Vianet hanno riferito che nell'ottobre 2026 i volumi di birra e sidro alla spina sono diminuiti del 2,5% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente, annullando il ritorno alla crescita registrato a settembre 2026. Il ritmo medio di vendita nel mercato è calato dello 0,4% rispetto a ottobre 2025. Le società hanno affermato che il tempo instabile e due tempeste nominate hanno penalizzato l'attività nel corso del mese.

Gli indicatori relativi all'affluenza dei clienti sono stati tuttavia più solidi. Il tasso medio di occupazione dei pub ha raggiunto il 66,2%, in aumento di 3,5 punti percentuali rispetto a un anno prima, mentre la permanenza media è cresciuta di 12 minuti, arrivando a 154 minuti. Il numero di locali operativi è invece sceso a 99.130, rispetto ai 99.554 di un anno prima.

L'andamento regionale suggerisce che i pub rurali siano stati i più colpiti dalle difficoltà commerciali. Il ritmo di vendita è calato del 2,7% nelle località rurali, a fronte di diminuzioni dello 0,9% nei quartieri suburbani, dello 0,2% a Londra e dello 0,1% nei centri urbani. Le aree urbane si sono quindi dimostrate relativamente più resilienti rispetto ai pub situati fuori dai principali centri abitati.

I dati sulla spesa contenuti nello stesso rapporto indicano un ulteriore cambiamento nelle abitudini di frequentazione dei pub. La spesa media pro capite è aumentata del 2,8%, raggiungendo £26,80, ma la spesa per il cibo ha continuato a crescere più di quella per le bevande. La spesa media per il cibo è salita del 4,3%, a £32,35, mentre quella per le bevande è aumentata appena dello 0,5%, a £20,89. La differenza rafforza l'ipotesi che molti clienti continuino a uscire, si trattengano più a lungo e spendano di più nel complesso, ma destinino una quota maggiore della spesa ai pasti anziché alle bevande alcoliche.

In questo contesto, i dati sulle categorie birrarie mostrano sia resilienza sia difficoltà. La stout ha mantenuto una crescita solida, seppure a un ritmo più lento rispetto al periodo mobile terminato a settembre 2026. La birra artigianale ha rafforzato la propria ripresa dopo essere tornata a crescere. Anche le lager internazionali e premium hanno tenuto. La lager di fascia base e l'ale sono invece rimaste in calo, segnalando che i segmenti più legati ad abitudini di consumo consolidate continuano a perdere slancio, mentre le

visite ai pub diventano sempre più incentrate sul cibo e selettive.