vinetur

Vendite stabili a ottobre per i gruppi britannici di pub, bar e ristoranti, dopo cinque mesi di crescita

I bar hanno registrato un calo delle vendite del 3,1%, aumentando la dipendenza del settore dagli acquisti natalizi

mercoledì 18 novembre 2026



A ottobre le vendite dei gruppi britannici di pub, bar e ristoranti sono rimaste stabili, interrompendo cinque mesi consecutivi di crescita a parità di perimetro e rendendo il settore più dipendente dal periodo natalizio per migliorare i risultati di fine anno.

Mercoledì 18 novembre, il NIQ RSM Hospitality Business Tracker ha riferito che le vendite comparabili di 122 gruppi del settore dell'ospitalità a gestione diretta sono rimaste invariate rispetto a ottobre 2025. Si tratta di un netto rallentamento rispetto all'aumento del 2,7% su base annua registrato a settembre, secondo l'indagine mensile condotta da NielsenIQ e RSM.

Il dato è significativo per gli operatori del settore perché misura l'andamento delle attività già esistenti, escludendo l'effetto delle nuove aperture. Un risultato invariato suggerisce che i consumatori abbiano ridotto le spese discrezionali mentre il settore entrava in un periodo cruciale per pub, bar e ristoranti, che spesso dipendono dalla domanda di novembre e dicembre per sostenere gli utili annuali.

Secondo NIQ e RSM, la cautela dei consumatori in vista del Natale ha pesato sul mercato. Il tracker ha indicato anche le tempeste tra i fattori che hanno rallentato l'attività nel corso del mese. Questi elementi insieme hanno interrotto la modesta ripresa che si stava delineando tra la tarda primavera e l'estate.

A ottobre, i bar sono stati il comparto più debole del mercato. Secondo il tracker, le vendite a parità di perimetro in questo segmento sono diminuite del 3,1% rispetto a un anno prima. Le informazioni diffuse insieme al rapporto non riportavano dati comparabili di ottobre per pub e ristoranti.

Il quadro generale, tuttavia, non è stato del tutto negativo. A ottobre le vendite totali dei 122 gruppi, comprese quelle generate dalle sedi aperte di recente, sono aumentate del 3,7% su base annua. Il dato indica che l'espansione continua ad aiutare gli operatori più grandi ad aumentare i ricavi, anche quando le sedi già esistenti non registrano crescita.

Per le imprese del settore, la distanza tra vendite stabili nei locali esistenti e aumento delle vendite totali evidenzia una pressione ormai nota. Gli operatori possono continuare a far crescere il fatturato attraverso nuove sedi, ma l'attività debole nei

locali consolidati rende più difficile assorbire l’aumento dei costi operativi. La sintesi del monitor che accompagnava la comunicazione di NIQ ha rilevato che il risultato di ottobre accresce la dipendenza del settore dalla stagione natalizia per compensare tali pressioni sui costi.

I dati di ottobre del tracker si aggiungono ai segnali che indicano come i consumatori continuino a selezionare con attenzione le occasioni per mangiare e bere fuori casa. Dopo un settembre migliore, l’improvvisa perdita di slancio suggerisce che le famiglie continuino a gestire con cautela le spese, soprattutto con l’avvicinarsi delle festività e l’aumento delle altre uscite stagionali.

Poiché il tracker NIQ RSM si concentra sui gruppi a gestione diretta, offre una panoramica dei grandi operatori, non dell’intero mercato dell’ospitalità. Le sue rilevazioni mensili sono comunque seguite con attenzione in tutto il settore come indicatore delle tendenze della domanda, dell’espansione delle sedi e dell’equilibrio tra fiducia dei consumatori e inflazione dei costi. Con il risultato stabile di ottobre, il settore si avvia verso il periodo più intenso dell’anno senza poter contare su una solida crescita di fondo.