vinetur

# Vendite stabili a ottobre per le catene britanniche dell’ospitalità, dopo cinque mesi di crescita a parità di perimetro

Bar in calo del 3,1% e food-to-go del 7,9%, a fronte dei modesti aumenti di ristoranti e pub

venerdì 20 novembre 2026



A ottobre le vendite delle catene britanniche di ristoranti, pub e bar hanno perso slancio, interrompendo cinque mesi consecutivi di crescita a parità di perimetro. I risultati più deboli di bar e attività di asporto hanno compensato i modesti incrementi di ristoranti e pub.

Secondo il NIQ RSM Hospitality Business Tracker, a ottobre le vendite a parità di perimetro in Gran Bretagna sono rimaste invariate rispetto allo stesso mese dell'anno precedente, in termini nominali. Si tratta di un netto rallentamento rispetto a settembre, quando le vendite comparabili erano cresciute del 2,7%.

Mercoledì NIQ ha dichiarato che il dato di ottobre riguarda 122 gruppi organizzati di ristoranti, pub, bar e attività di food-to-go, che comunicano direttamente le vendite per l'indagine mensile. Le cifre confrontano i punti vendita aperti in entrambi i periodi, escludendo così l'effetto delle aperture e delle chiusure.

Il dato stabile segna una netta inversione rispetto alla tendenza recente. Le vendite comparabili erano in crescita da maggio, ma a ottobre il ritmo si è indebolito sensibilmente. Il cambiamento suggerisce che, con il progredire dell'autunno, la spesa dei consumatori nel settore dell'ospitalità è diventata più disomogenea, anche se i ricavi complessivi del comparto sono comunque aumentati includendo i nuovi punti vendita.

Tra i principali formati, i ristoranti hanno registrato il risultato migliore, con vendite a parità di perimetro in aumento dello 0,8% rispetto a ottobre 2025. Anche i pub sono rimasti in territorio positivo, seppure di poco, con un incremento dello 0,4%. Questi aumenti sono stati compensati dai cali degli altri segmenti: le vendite comparabili dei bar sono scese del 3,1%, mentre il food-to-go ha perso il 7,9%.

Includendo i ricavi dei nuovi punti vendita, le vendite complessive dei 122 gruppi sono aumentate del 3,7% su base annua. La differenza tra vendite comparabili stabili e vendite totali in crescita indica che l'espansione attraverso nuove aperture ha continuato a sostenere il fatturato complessivo, mentre i punti vendita già attivi hanno smesso di crescere.

Il tracker ha inoltre evidenziato una differenza geografica tra Londra e il resto della Gran Bretagna. Nell'area compresa entro la M25, le vendite comparabili sono cresciute dello 0,7% a ottobre. Fuori dalla M25 sono invece calate dello 0,3%. La differenza segnala una tenuta leggermente maggiore dell'attività nella capitale e nei dintorni rispetto ad altre zone del Paese nel corso del mese.

I dati di ottobre sono nominali, cioè non corretti per l'inflazione. Offrono comunque un quadro diretto dell'andamento dei grandi operatori del settore dell'ospitalità all'inizio dell'ultimo trimestre dell'anno, un periodo seguito con particolare attenzione perché precede le importanti festività.

La suddivisione per segmento mette in luce le diverse pressioni che gravano sugli operatori. Le catene di ristoranti e pub sono riuscite a mantenere le vendite leggermente al di sopra dei livelli di un anno prima, mentre bar e attività di asporto hanno attraversato un mese più difficile. Il calo dell'asporto è stato il più marcato tra le categorie monitorate, mentre i bar sono stati l'unico segmento con servizio al tavolo a registrare una flessione significativa.

L'indagine è rilevante perché si concentra sui gruppi con più punti vendita, anziché sull'intero mercato dell'ospitalità, e offre quindi una panoramica dell'andamento dei grandi operatori in Gran Bretagna. Queste imprese ricorrono spesso alle nuove aperture per continuare a far crescere le vendite complessive anche quando i punti vendita consolidati sono sotto pressione, e i dati di ottobre confermano questo schema.

Per investitori, fornitori e proprietari immobiliari, i dati indicano che l'espansione ha continuato a sostenere il settore, ma la domanda nei locali già consolidati è stata molto più debole rispetto a settembre. Un mese prima, la crescita comparabile era stata abbastanza robusta da suggerire un andamento più stabile. A ottobre, invece, lo slancio si è attenuato.

Il rallentamento ha inoltre messo in evidenza quanto le condizioni siano diventate disomogenee tra i diversi formati. Pub e ristoranti sono rimasti nel complesso stabili, ma nessuno dei due ha registrato una crescita significativa. Bar e food-to-go hanno trascinato verso il basso il dato complessivo, lasciando il settore invariato a parità di perimetro.

NIQ ha pubblicato i dati mercoledì in una nota, nell’ambito del tracker mensile realizzato con RSM. Il rapporto si basa sulle vendite comunicate direttamente dai 122 gruppi del campione e misura la variazione su base annua a ottobre.