vinetur

Vendite di superalcolici nei pub britannici in calo di oltre il 20% a inizio novembre

Secondo NielsenIQ, la cautela dei consumatori ha penalizzato anche vino e birra, lasciando gli operatori in attesa di una stagione festiva più vivace

lunedì 23 novembre 2026



Le vendite di bevande nei pub, nei bar e negli altri locali britannici in cui si consuma sul posto hanno perso slancio nella prima metà di novembre, con i superalcolici in maggiore difficoltà, secondo un'analisi pubblicata da NielsenIQ il 20 novembre.

NielsenIQ ha riferito che il mese è iniziato in sordina, con la cautela dei consumatori che ha pesato sulle vendite nel settore dell'ospitalità. I dati mostrano che le vendite di superalcolici sono diminuite del 23,5% su base annua nella settimana conclusasi il 7 novembre e del 20,9% in quella terminata il 14 novembre.

Anche le vendite di vino e birra sono calate, ma in misura inferiore rispetto ai superalcolici. Quelle di vino hanno registrato una flessione dell'11,2% su base annua nella settimana conclusasi il 7 novembre e del 6% in quella terminata il 14 novembre. Le vendite di birra sono scese rispettivamente del 6,2% e del 2,8%.

I dati indicano una pressione su tutte le principali categorie di bevande nei locali in cui l'alcol viene consumato sul posto. Il calo ha rallentato nella seconda settimana considerata, ma tutte e tre le categorie sono rimaste al di sotto dei livelli registrati negli stessi periodi dell'anno precedente. I superalcolici sono rimasti il segmento più debole in entrambe le settimane.

Questo andamento suggerisce che, all'inizio del mese, la spesa per le bevande più costose potrebbe essere stata particolarmente sotto pressione. Nei periodi di maggiore attività, pub e bar fanno ampio affidamento sulle vendite di cocktail, drink miscelati e shot; una contrazione più marcata dei superalcolici può incidere sui ricavi più di un calo contenuto della birra.

NielsenIQ ha descritto l'avvio di novembre come debole e ha riferito che il settore guardava alla stagione festiva come a un possibile sostegno. Le prossime settimane saranno quindi importanti per gli operatori del settore dell'ospitalità britannico, che in genere registra un'accelerazione verso fine anno grazie a riunioni e festeggiamenti.

Il rallentamento ha ripercussioni anche al di là di pub e bar. Un mercato dei consumi sul posto più debole prima di Natale può influire sulle aspettative relative ai volumi degli ordini, ai livelli delle scorte e alle attività promozionali di produttori, grossisti e distributori di birra, vino e superalcolici. L'impatto potrebbe essere particolarmente

rilevante per i fornitori di superalcolici, dato che la categoria ha registrato il calo più ampio in entrambe le settimane rilevate da NielsenIQ.

I dati mostrano inoltre che l'eventuale ripresa della domanda nei locali è rimasta disomogenea. Nella settimana conclusasi il 14 novembre, birra e vino hanno registrato cali su base annua inferiori rispetto alla settimana precedente, ma nessuna delle due categorie è tornata a crescere. Anche i superalcolici hanno segnato un lieve miglioramento rispetto alla settimana precedente, ma le vendite sono rimaste in calo di oltre un quinto rispetto allo stesso periodo dell'anno prima.

Per le imprese del settore dell'ospitalità britannico, i dati di inizio novembre si aggiungono ai segnali di cautela dei consumatori nella spesa discrezionale. Per le aziende del settore delle bevande, i numeri potrebbero orientare le decisioni sulle scorte da destinare a pub, bar e ristoranti nel periodo che precede il Natale, quando una maggiore attività commerciale dovrebbe normalmente contribuire a sostenere le vendite dell'intero comparto.