vinetur

Le vendite di bevande nei pub britannici sotto i livelli dell’anno precedente fino a metà novembre

Per NielsenIQ il mercato è calato in cinque delle sei settimane successive a ottobre: i locali puntano sulla spesa natalizia.

lunedì 23 novembre 2026



Nella prima metà di novembre, le vendite di bevande in pub, bar e altri locali britannici con licenza e gestione diretta sono scese sotto i livelli di un anno prima, aumentando la pressione sugli operatori del settore dell'ospitalità in vista del periodo natalizio, uno dei più intensi dell'anno. È quanto emerge dai nuovi dati del Daily Drinks Tracker di NielsenIQ, realizzato con il supporto di CGA.

Secondo il Tracker, nella settimana terminata il 7 novembre le vendite medie nei locali a gestione diretta sono state inferiori del 6,4% rispetto allo stesso periodo del 2025. La settimana successiva l'attività è migliorata leggermente, ma le vendite nella settimana terminata il 14 novembre sono rimaste in calo del 3,1% su base annua.

Questi risultati prolungano una fase difficile per il settore. NIQ ha riferito che il mercato delle bevande nel canale on-premise, che comprende i consumi nei locali anziché gli acquisti nei negozi, ha registrato una crescita negativa delle vendite in cinque delle sei settimane dall'inizio di ottobre. I dati lasciano molti operatori e fornitori a fare affidamento su una ripresa della spesa dei consumatori tra fine novembre e dicembre per migliorare i risultati in uno dei periodi più importanti dell'anno.

Secondo l'azienda, le vendite sono state inferiori a quelle di un anno prima in ciascuno dei primi 10 giorni di novembre. I cali più marcati si sono registrati nei primi due sabati del mese, quando i ricavi sono diminuiti del 10,8% il 7 novembre e del 9,6% il 14 novembre. Per un settore che dipende fortemente dall'affluenza nel fine settimana, queste flessioni indicano una domanda debole in un periodo in cui molte attività si aspetterebbero normalmente un'accelerazione in vista delle festività.

NIQ ha affermato che i dati suggeriscono che, prima di Natale, i consumatori stanno mantenendo un atteggiamento prudente nei confronti delle spese discrezionali. L'azienda ha inoltre indicato il freddo in alcune zone del Paese e la pausa per gli impegni delle nazionali nella Premier League inglese tra i fattori che potrebbero aver inciso sull'andamento delle vendite.

I cali più forti hanno riguardato i superalcolici, proseguendo una tendenza che, secondo NIQ, si era già osservata nelle settimane precedenti. Le vendite di superalcolici sono diminuite del 23,5% nella settimana terminata il 7 novembre e del 20,9% in quella terminata il 14 novembre, tra i risultati peggiori registrati finora quest'anno per una categoria.

Anche le altre categorie di bevande hanno registrato flessioni, seppure meno marcate. Le vendite di birra sono diminuite del 6,2% nella prima settimana e del 2,8% nella seconda. Nello stesso periodo, il sidro ha perso rispettivamente il 5,7% e il 2,7%. Le vendite di vino sono calate dell'11,2% e del 6,0%, mentre quelle delle bevande analcoliche hanno segnato flessioni del 5,0% e del 2,5%.

La diffusione dei cali suggerisce che il rallentamento non ha riguardato un solo tipo di consumatore o occasione. Birra e sidro, le categorie alcoliche con i risultati migliori nei dati, non sono comunque riusciti a tornare a crescere. Vino e superalcolici hanno

registrato flessioni più marcate, mentre anche le bevande analcoliche, spesso considerate più resilienti nei periodi in cui si riduce il consumo di alcol, sono rimaste in territorio negativo.

Rachel Weller, responsabile commerciale di NIQ per Regno Unito e Irlanda, ha dichiarato che i dati offrono pochi motivi di ottimismo al settore in vista delle festività. «I nuovi dati del nostro Tracker non danno al canale on-premise molti motivi per guardare con fiducia all'importante stagione festiva», ha affermato Weller. «Le vendite del sabato e la debolezza dei superalcolici sono due grandi motivi di preoccupazione, ed è chiaro che milioni di consumatori stanno moderando la spesa, il consumo di alcol o entrambi».

Weller ha detto che le ricerche di NIQ mostrano ancora come i consumatori apprezzino pub e bar durante le celebrazioni collettive, come Natale e Capodanno, ma ha aggiunto che i locali dovranno offrire ai clienti un valido motivo per uscire invece di restare a casa. Per intercettare una quota maggiore della spesa nelle prossime settimane, ha spiegato, gli operatori e i fornitori dovranno proporre un buon rapporto qualità-prezzo, prodotti di qualità e un'esperienza complessiva convincente.

Il Tracker rileva le vendite nei locali con licenza a gestione diretta in tutta la Gran Bretagna ed è utilizzato da operatori, fornitori e investitori per seguire l'andamento di categorie e marchi nel mercato dell'ospitalità. L'ultima rilevazione si aggiunge ai segnali che indicano come il settore stia entrando nel periodo festivo senza il consueto slancio di inizio novembre, lasciando le attività dipendenti da una chiusura d'anno più forte dopo un avvio di mese fiacco.