vinetur

Pubs britânicos mais movimentados venderam menos 2,5% de cerveja e sidra à pressão em outubro

A ocupação atingiu 66,2%, com um tempo médio de permanência de 154 minutos e um aumento de 4,3% na despesa com alimentação

terça-feira, 17 de novembro de 2026



Os pubs do Reino Unido estiveram mais movimentados em outubro, mas a maior afluência não se traduziu num aumento das vendas de cerveja e sidra à pressão.

Os dados do Market Watch da The Oxford Partnership, divulgados na terça-feira, 17 de novembro, pelo The Morning Advertiser, mostram que a ocupação média dos pubs subiu 3,5 pontos percentuais face ao ano anterior, para 66,2% em outubro. Ao mesmo tempo, o volume de bebidas à pressão vendido caiu 2,5% em termos homólogos, e o ritmo médio de vendas recuou 0,4% face a outubro de 2025, invertendo o regresso ao crescimento registado em setembro.

Os dados apontam para um padrão de consumo em que os clientes continuam a sair, mas não estão a comprar significativamente mais bebidas. Este dado é relevante para cervejeiros, produtores de sidra, distribuidores e operadores de pubs, porque o aumento da afluência, por si só, não está a gerar maiores volumes de vendas nas categorias de bebidas à pressão. Se esta tendência persistir, o crescimento das visitas poderá não ser suficiente, por si só, para impulsionar as vendas de bebidas.

A The Oxford Partnership afirmou que o tempo instável e duas tempestades contribuíram para condições comerciais difíceis durante o mês. Os pubs rurais registaram a queda mais acentuada no ritmo de vendas, de 2,7%, seguidos pelos estabelecimentos suburbanos, onde este recuou 0,9%.

Ainda assim, os clientes permaneceram mais tempo depois de chegarem. O tempo médio de permanência aumentou 12 minutos, para 154 minutos. A despesa média por cliente também subiu 2,8% face ao ano anterior, para 26,80 £, mas o aumento ficou-se a dever sobretudo à alimentação, e não às bebidas.

A despesa com alimentação aumentou 4,3%, para 32,35 £, enquanto a despesa com bebidas subiu 0,5%, para 20,89 £. Alison Jordan, diretora executiva da The Oxford Partnership, afirmou que os dados de outubro sugerem que os consumidores não deixaram de visitar os pubs, mas estão a gastar uma parte maior do seu orçamento em alimentação. Acrescentou que os dados poderão refletir uma mudança na forma como as pessoas frequentam os pubs, deixando o álcool de ser o principal motivo de todas as visitas.

A análise por categorias revelou um quadro misto. Em termos de total anual móvel, a sidra foi o segmento de bebidas à pressão com melhor desempenho, com um aumento de 6,5% no ritmo de vendas. Seguiram-se a stout, com um crescimento de 5,4%, a

lager internacional, que subiu 4,9%, a lager premium, com um aumento de 2,4%, e a cerveja artesanal, que cresceu 1,6%.

As categorias mais tradicionais continuaram sob pressão. A lager de gama base caiu 3,7% e a ale recuou 3,6%, o que sugere que a procura permanece desigual, apesar de alguns segmentos premium e especializados continuarem a crescer.

Apesar do resultado mais fraco de outubro, os valores de mais longo prazo continuaram ligeiramente positivos. Desde o início do ano, o ritmo de vendas manteve-se 0,6% acima do registado em 2025, enquanto o ritmo de vendas do total anual móvel do mercado subiu 0,5%.

Jordan afirmou que o período de vendas de Natal poderá dar aos operadores a oportunidade de incentivar os clientes a comprar bebidas para acompanhar as refeições e outros momentos de convívio. Para o setor das bebidas, os dados de outubro sugerem que pubs mais cheios não geram automaticamente mais vendas de bebidas à pressão, um sinal de que a combinação de produtos e o equilíbrio entre visitas motivadas pela comida e pelas bebidas poderão ganhar importância nos próximos meses.