vinetur

A stout tornou-se o segmento de cerveja que mais cresce nos pubs britânicos, com uma subida de 5,4% até outubro de 2026

Dados da Market Watch mostram que a lager de gama corrente caiu 3,7%, evidenciando a pressão sobre os estilos de cerveja tradicionais de grande consumo no Reino Unido

terça-feira, 17 de novembro de 2026



A stout manteve-se como o segmento de cerveja com melhor desempenho nos pubs britânicos nos 12 meses até outubro de 2026, enquanto a lager de gama corrente e a ale continuaram a perder terreno, de acordo com dados da Market Watch, da The Oxford Partnership e da Vianet.

Os dados mostram que o ritmo de vendas de stout subiu 5,4% face ao ano anterior, com base no Total Anual Móvel, uma medida móvel de 12 meses utilizada pelo fornecedor. Foi o melhor desempenho entre as categorias de cerveja incluídas no relatório. No extremo oposto do mercado, a lager de gama corrente, descrita pelo fornecedor como lager convencional, caiu 3,7%, e a ale recuou 3,6%.

Outros segmentos de cerveja mantiveram-se em terreno positivo. A lager internacional, designação usada pelo fornecedor, cresceu 4,9%. A lager premium subiu 2,4%. A cerveja artesanal aumentou 1,6%, prolongando o regresso ao crescimento iniciado no relatório anterior.

Os números apontam para um mercado em que os consumidores continuam a apoiar alguns segmentos com maior crescimento e mais distintos, embora as categorias tradicionais de grande consumo permaneçam sob pressão. O padrão sugere também que a pressão sobre os estilos de cerveja tradicionais não diminuiu, apesar de alguma recuperação em partes do setor dos pubs.

Os dados de outubro de 2026 revelaram também algumas alterações face aos valores do Total Anual Móvel publicados para setembro de 2026. A taxa de crescimento anual da stout abrandou de 5,9% para 5,4%, uma descida de 0,5 pontos percentuais. A cerveja artesanal melhorou de 0,7% para 1,6%, uma subida de 0,9 pontos percentuais. A lager internacional avançou ligeiramente, de 4,8% para 4,9%. Estas alterações refletem variações nas taxas de crescimento anual, não mudanças mensais nos volumes físicos.

O relatório não apresenta volumes absolutos de vendas para os segmentos de cerveja nesta repartição, pelo que os valores por categoria mostram a direção e a evolução relativa, e não a dimensão total de cada mercado. Esta distinção é importante num setor dos pubs em que algumas categorias podem registar um aumento do ritmo de vendas, mesmo quando o mercado das bebidas em geral enfrenta condições

comerciais mais fracas.

No conjunto do mercado, outubro foi um mês difícil para as bebidas à pressão em pubs e noutros estabelecimentos de hotelaria e restauração no Reino Unido. A The Oxford Partnership e a Vianet afirmaram que os volumes de cerveja e sidra à pressão caíram 2,5% face ao ano anterior em outubro de 2026, invertendo o regresso ao crescimento observado em setembro de 2026. O ritmo médio de vendas no mercado recuou 0,4% face a outubro de 2025. As empresas afirmaram que o tempo instável e duas tempestades com nome prejudicaram a atividade durante o mês.

Ainda assim, os indicadores de afluência de clientes foram mais fortes. A taxa média de ocupação dos pubs atingiu 66,2%, mais 3,5 pontos percentuais do que um ano antes, e a duração média das visitas aumentou 12 minutos, para 154 minutos. O número de estabelecimentos em funcionamento, porém, caiu para 99 130, face a 99 554 um ano antes.

A evolução regional sugere que os pubs rurais foram os mais afetados pelas condições comerciais mais fracas. O ritmo de vendas caiu 2,7% nas zonas rurais, contra descidas de 0,9% nos subúrbios, 0,2% em Londres e 0,1% nas cidades. Assim, as zonas urbanas mostraram-se relativamente mais resilientes do que os pubs fora dos principais centros populacionais.

Os dados de despesa incluídos no mesmo relatório apontam para outra mudança na forma como os pubs são frequentados. A despesa média por pessoa aumentou 2,8%, para £26,80, mas a alimentação continuou a crescer mais do que as bebidas. A despesa média com comida subiu 4,3%, para £32,35, enquanto a despesa média com bebidas aumentou apenas 0,5%, para £20,89. A diferença reforça os indícios de que muitos clientes continuam a sair, permanecem mais tempo e gastam mais no total, mas direcionam uma parcela maior dessa despesa para refeições do que para bebidas alcoólicas.

Neste contexto, os dados por categoria de cerveja revelam tanto resiliência como dificuldades. A stout manteve um crescimento sólido, embora a um ritmo mais lento do que no período móvel até setembro de 2026. A cerveja artesanal continuou a melhorar depois de regressar ao crescimento. As lagers internacionais e premium também

resistiram. Mas a lager de gama corrente e a ale continuaram em declínio, indicando que as partes do mercado mais associadas a hábitos de consumo de longa data continuam a perder dinamismo, à medida que as visitas aos pubs se tornam mais centradas na comida e mais seletivas.