vinetur

# Vendas de bebidas espirituosas nos pubs britânicos caíram 23,5% no início de novembro

A NielsenIQ afirma que a prudência dos consumidores também penalizou o vinho e a cerveja, enquanto o setor se preparava para o Natal

sábado, 21 de novembro de 2026



As vendas de bebidas nos pubs, bares e outros estabelecimentos de consumo no local da Grã-Bretanha enfraqueceram na primeira metade de novembro, com as bebidas espirituosas a registarem as quedas mais acentuadas, segundo uma análise publicada pela NielsenIQ a 20 de novembro.

A NIQ afirmou que o mês começou de forma pouco dinâmica, com a prudência dos consumidores a pesar sobre as vendas no setor da restauração e bebidas. Os dados da empresa mostram que as vendas de bebidas espirituosas caíram 23,5% em termos homólogos na semana terminada a 7 de novembro e 20,9% na semana terminada a 14 de novembro.

O vinho e a cerveja também registaram quebras, embora inferiores às das bebidas espirituosas. As vendas de vinho recuaram 11,2% na semana terminada a 7 de novembro e 6% na semana terminada a 14 de novembro. As vendas de cerveja caíram 6,2% na primeira dessas semanas e 2,8% na segunda.

Os números apontam para uma pressão generalizada sobre as principais categorias de bebidas nos estabelecimentos onde os consumidores bebem no local, embora o ritmo da queda tenha abrandado um pouco na segunda semana analisada. As bebidas espirituosas continuaram a ser o segmento mais fraco em ambos os períodos, o que sugere que as bebidas de preço mais elevado e a despesa discricionária em cocktails e shots estiveram particularmente sob pressão.

A NIQ descreveu o abrandamento como um início fraco de novembro e afirmou que o setor aguardava o período festivo para dar um impulso às vendas. Pubs, bares, restaurantes e fornecedores de bebidas entram assim numa fase crucial do ano, em que as reuniões sazonais costumam contribuir para sustentar as vendas de cerveja, vinho e bebidas espirituosas.

Para o setor das bebidas, o desempenho do início de novembro poderá aumentar a pressão sobre os planos comerciais para a época festiva. Um mercado de consumo no local mais fraco antes do Natal pode afetar as expectativas quanto aos volumes de vendas, aos níveis de stock e à atividade promocional nas várias categorias, em especial nas bebidas espirituosas, que registaram a maior quebra em ambas as semanas.

Os dados sugerem também que a eventual recuperação da procura no canal de consumo no local continua a ser desigual. Na semana terminada a 14 de novembro, a cerveja e o vinho registaram quebras homólogas menores do que na semana anterior, mas ambas as categorias continuaram abaixo dos níveis do mesmo período do ano passado. As bebidas espirituosas, apesar de terem melhorado ligeiramente face à semana anterior, ainda caíram mais de um quinto.

A análise da NIQ reforça as preocupações com a prudência dos consumidores no setor da restauração e bebidas da Grã-Bretanha, numa altura em que os operadores costumam começar a ganhar ritmo para o comércio de fim de ano. As próximas semanas serão importantes não só para as receitas dos pubs e bares, mas também para os produtores e distribuidores que têm de decidir quanto stock destinar à procura sazonal de vinho, cerveja e bebidas espirituosas.