vinetur

Vendas de bebidas nos pubs britânicos ficaram abaixo dos níveis do ano anterior até meados de novembro

A NielsenIQ afirmou que o mercado contraiu em cinco das seis semanas desde outubro, deixando os estabelecimentos dependentes dos gastos de Natal

segunda-feira, 23 de novembro de 2026



As vendas de bebidas em pubs, bares e outros estabelecimentos licenciados geridos na Grã-Bretanha ficaram abaixo dos níveis registados no ano anterior durante a primeira metade de novembro, aumentando a pressão sobre os operadores do setor da hotelaria e restauração à entrada no período de maior atividade comercial do Natal, segundo novos dados do Daily Drinks Tracker da NielsenIQ, desenvolvido pela CGA.

O tracker revelou que as vendas médias nos estabelecimentos geridos na semana terminada a 7 de novembro foram 6,4% inferiores às do mesmo período de 2025. A atividade comercial melhorou ligeiramente na semana seguinte, mas as vendas na semana terminada a 14 de novembro continuavam 3,1% abaixo das registadas um ano

antes.

Estes resultados prolongaram um período difícil para o setor. A NIQ afirmou que o mercado de bebidas para consumo no local — que abrange as vendas de bebidas consumidas nos estabelecimentos, e não as compradas nas lojas — registou um crescimento negativo das vendas em cinco das seis semanas desde o início de outubro. Os números deixam muitos operadores e fornecedores dependentes de um aumento dos gastos dos consumidores no final de novembro e em dezembro para melhorarem os resultados num dos períodos mais importantes do ano.

A empresa afirmou que as vendas ficaram abaixo das registadas um ano antes em cada um dos primeiros 10 dias de novembro. As maiores quebras verificaram-se nos dois primeiros sábados do mês, com as receitas a caírem 10,8% a 7 de novembro e 9,6% a 14 de novembro. Para um setor que depende fortemente do fluxo de clientes ao fim de semana, estas descidas apontam para uma procura fraca numa altura em que muitas empresas esperariam normalmente que a atividade ganhasse força antes das festas.

A NIQ afirmou que os dados sugeriam que os consumidores estavam a ser cautelosos nas despesas não essenciais antes do Natal. A empresa apontou também o tempo frio em algumas regiões do país e uma pausa nas competições da Premier League inglesa para os jogos das seleções como fatores que poderão ter afetado a atividade.

As maiores descidas registaram-se nas bebidas espirituosas, dando continuidade a uma tendência que, segundo a NIQ, se verificou nas últimas semanas. As vendas desta categoria caíram 23,5% na semana terminada a 7 de novembro e 20,9% na semana terminada a 14 de novembro, entre os resultados mais fracos registados até agora este ano.

As vendas de outras categorias de bebidas também diminuíram, embora de forma menos acentuada. As vendas de cerveja caíram 6,2% na primeira semana e 2,8% na segunda. As de sidra recuaram 5,7% e 2,7% nos mesmos períodos. As vendas de vinho diminuíram 11,2% e 6,0%, enquanto as de bebidas não alcoólicas recuaram 5,0% e 2,5%.

A abrangência das descidas sugere que a desaceleração não se limitou a um tipo de consumidor ou ocasião. A cerveja e a sidra, as categorias de bebidas alcoólicas com melhor desempenho nos dados, continuaram sem regressar ao crescimento. O vinho e as bebidas espirituosas registaram quebras mais acentuadas, enquanto até as bebidas não alcoólicas — muitas vezes consideradas mais resistentes em períodos de moderação do consumo de álcool — continuaram em terreno negativo.

Rachel Weller, responsável comercial da NIQ para o Reino Unido e a Irlanda, afirmou que os números pouco tranquilizavam o setor antes da época festiva. «Os novos números do nosso Tracker não dão muitos motivos de confiança ao canal de consumo no local antes da época festiva, que é vital», afirmou Weller. «A atividade aos sábados e as fracas vendas de bebidas espirituosas são dois grandes motivos de preocupação, e é evidente que milhões de consumidores estão a moderar as despesas, o consumo de álcool ou ambos.»

Weller afirmou que a investigação da NIQ continua a mostrar que os consumidores valorizam os pubs e bares durante celebrações coletivas, como o Natal e o Ano Novo, mas acrescentou que os estabelecimentos terão de dar aos clientes uma boa razão para saírem de casa em vez de ficarem em casa. Segundo Weller, os operadores e fornecedores terão de oferecer uma boa relação qualidade-preço, produtos de qualidade e uma experiência global apelativa se quiserem captar mais gastos nas próximas semanas.

O tracker acompanha as vendas em estabelecimentos licenciados geridos em toda a Grã-Bretanha e é utilizado por operadores, fornecedores e investidores para monitorizar o desempenho de categorias e marcas no setor da hotelaria e restauração. Os dados mais recentes reforçam os sinais de que o setor está a entrar na época festiva sem o habitual impulso do início de novembro, deixando as empresas dependentes de um final de ano mais forte após um arranque de mês pouco dinâmico.