vinetur

# Продажи вина в британском сегменте гостеприимства за неделю по 31 октября снизились на 3,4%

По данным NielsenIQ, спад замедлился с 6,9% неделей ранее, однако продажи в преддверии Рождества оставались ниже уровня 2025 года

понедельник, 9 ноября 2026 г.



Продажи вина в секторе гостеприимства Великобритании за неделю по 31 октября снизились на 3,4% в годовом выражении. Это меньше, чем падение на 6,9%, зафиксированное за неделю по 24 октября, свидетельствуют данные NielsenIQ, отслеживающей продажи напитков в управляемых заведениях по всей Великобритании.

Эти данные NielsenIQ опубликовала 6 ноября в очередном выпуске Daily Drinks Tracker под заголовком «Штормы ослабили продажи напитков в конце октября». Они указывают на вторую неделю подряд снижения продаж вина в канале, за которым внимательно следят импортеры, дистрибьюторы и поставщики для заведений общепита в преддверии рождественского сезона.

Последний показатель отражает изменение денежного объема продаж, а не физических объемов. NielsenIQ не привела абсолютные суммы продаж вина в фунтах стерлингов, поэтому данные показывают только годовое изменение номинальной выручки в процентах. Таким образом, улучшение показателя с падения на 6,9% до падения на 3,4% следует трактовать как замедление спада на 3,5 процентного пункта, а не как рост на 3,5% за неделю.

В трекере каждая отчетная неделя сопоставляется с соответствующей неделей 2025 года. Согласно этим данным, в оба периода конца октября продажи вина оставались ниже уровня предыдущего года, хотя на последней неделе темпы снижения замедлились. Поскольку показатели основаны на номинальных продажах, они не позволяют определить, какая часть изменения связана со спросом, ценами в меню, скидками или сдвигами в предпочтениях покупателей.

Данные NielsenIQ охватывают только организованные предприятия сферы гостеприимства, включенные в выборку мониторинга компании в Великобритании. Они не отражают весь британский рынок гостеприимства и не дают прямого представления о потреблении вина в стране. В них также не разделено влияние объемов, цен и рекламных предложений, что ограничивает возможности использовать эти цифры для оценки базового спроса.

Несмотря на эти оговорки, динамика за две недели заслуживает внимания, поскольку она сложилась незадолго до начала самого важного для отрасли сезонного периода. Поздняя осень и начало зимы имеют ключевое значение для поставщиков вина в пабы, бары и рестораны. Второе подряд снижение стоимости продаж, вероятно, заставит участников рынка внимательнее следить за тем, сможет ли потребительская активность в заведениях общепита вырасти на фоне увеличения числа праздничных бронирований и общественных мероприятий.

Общий контекст обновления NielsenIQ указывает на то, что на торговлю напитками в конце октября повлияла погода. В заголовке отчета говорится, что штормы ослабили продажи, что свидетельствует о возможном влиянии непогоды на посещаемость заведений и расходы потребителей. Однако одни лишь данные по вину не показывают, было ли ухудшение результатов главным образом связано с сокращением числа посещений, снижением расходов за один визит или изменением предпочтений в выборе напитков.

Для компаний, работающих на британском рынке вина для заведений общепита, последние данные дают неоднозначный сигнал. За неделю по 31 октября падение было менее значительным, чем неделей ранее, но продажи по-прежнему уступали показателю за аналогичный период 2025 года. Имеющихся данных недостаточно, чтобы утверждать, что спрос на вино в целом восстановился.