vinetur

Опрос в Великобритании показал, что взрослые чаще всего выбирают пиво

За предыдущие 12 месяцев 18,5% респондентов выбрали безалкогольное и слабоалкогольное пиво вместо безалкогольного вина или крепких напитков

понедельник, 16 ноября 2026 г.



Согласно опубликованному в понедельник, 16 ноября, опросу, пиво стало самым популярным алкогольным напитком среди взрослых жителей Великобритании. Отвечая на вопрос о напитках с пониженным содержанием алкоголя, респонденты также поставили безалкогольное и слабоалкогольное пиво выше безалкогольного вина и крепких напитков.

Исследование было заказано Budweiser Brewing Group и проведено онлайн компанией OnePulse с 29 сентября по 5 октября. В нем приняли участие 1 719 жителей Великобритании в возрасте от 18 лет. Поскольку исследование заказала крупная пивоваренная компания, его результаты отражают отношение потребителей, а не служат независимым показателем общенациональных продаж.

Согласно опросу, 30% респондентов назвали пиво своим основным алкогольным напитком, поставив его выше вина и крепких напитков. Исследование также показало, что за предыдущие 12 месяцев безалкогольное и слабоалкогольное пиво выбирали 18,5% всех опрошенных, тогда как безалкогольные крепкие напитки — 11%, а безалкогольное вино — 10%.

Результаты показывают, что стремление умерить потребление алкоголя не обязательно заставляет любителей пива отказываться от него вовсе. Среди тех, кто сказал, что пьет пиво, 31% также выбирают безалкогольное или слабоалкогольное пиво, когда хотят сократить потребление алкоголя. Для производителей напитков, розничных продавцов и предприятий общественного питания это может иметь значение: конкуренция идет не только между традиционными категориями пива, вина и крепких напитков, но и внутри растущего рынка альтернатив с пониженным содержанием алкоголя. Результаты могут помочь при разработке продуктов, планировании полочного пространства, а также формировании меню пабов и ресторанов — особенно на фоне попыток производителей реагировать на меняющиеся привычки потребителей.

Главным фактором при выборе безалкогольного или слабоалкогольного пива оказался вкус. Треть таких потребителей, или 33%, назвали самым важным критерием сходство вкуса с обычным пивом. По данным опроса, этот фактор

оказался важнее таких характеристик, как доверие к бренду, упаковка и оформление бренда.

Исследование также выявило различия между возрастными группами. Среди респондентов в возрасте от 18 до 29 лет, употребляющих безалкогольное и слабоалкогольное пиво, 25% назвали одним из главных факторов выбора соотношение цены и качества. По значимости этот фактор уступал только вкусу. Среди опрошенных старше 62 лет такой ответ дали 8%.

Пожилые потребители чаще отмечали важность привычных брендов и доступности продукции. Среди респондентов старше 62 лет 47% хотели бы видеть больше известных марок безалкогольного и слабоалкогольного пива, а 37% — больше такого пива на кранах.

Опрос также связал стремление умерить потребление алкоголя с повседневными обязанностями. Среди респондентов в возрасте от 30 до 61 года 35% назвали работу, семью или другие обязательства на следующий день одним из главных факторов, побуждающих их пить меньше алкоголя.

Женщины, употребляющие безалкогольное и слабоалкогольное пиво, особенно отмечали важность доступности и вкуса. Согласно опросу, 31% хотели бы, чтобы такое пиво было проще найти в магазинах и супермаркетах, а 35% — чтобы выбор в пабах, барах и ресторанах стал шире. Кроме того, 30% женщин назвали необычные вкусы главным фактором при выборе безалкогольного и слабоалкогольного пива; среди мужчин таких было 21%.

В сообщении об итогах опроса Budweiser Brewing Group рассказала о собственных инвестициях в этот сегмент рынка. Компания сообщила, что в 2025 году обновила ассортимент безалкогольного пива в Великобритании: в частности, Stella Artois 0.0 впервые разливали на Уимблдонском чемпионате 2025 года, после чего продукт появился в пабах. Кроме того, компания вложила 2,93 млн фунтов стерлингов в установку для удаления алкоголя на пивоварне Magor в Южном Уэльсе. Она открылась в декабре 2025 года и позволяет выпускать в Великобритании безалкогольное и слабоалкогольное пиво, в том числе Corona Cero.

Коммерческий директор Budweiser Brewing Group Мария Невеш заявила в сообщении, что потребители хотят иметь безалкогольные альтернативы, не жертвуя вкусом, и что инвестиции компании в Magor направлены на местное производство таких напитков.

Компания сообщила, что онлайн-выборка поровну состояла из мужчин и женщин. Budweiser Brewing Group UK&I — торговое наименование AB InBev UK Limited, входящей в Anheuser-Busch InBev. По данным компании, в Великобритании в ней работают более 1 500 человек на пивоварнях в Magor, Samlesbury и Enfield, а также в лондонской штаб-квартире.