vinetur

Os vinhos espumantes desafiaram a quebra do vinho e dos espirituosos nos EUA.

As receitas de Champagne subiram 14,7% em três meses, num dos poucos focos de crescimento do mercado.

terça-feira, 15 de setembro de 2026



Os novos dados da Wine & Spirits Wholesalers of America mostram que as vendas de vinho e bebidas espirituosas nos Estados Unidos continuam a cair no conjunto, mas algumas categorias de vinho estão a dar sinais de melhoria, sobretudo os vinhos

espumantes e o Sauvignon Blanc.

De acordo com o rastreador de dados SipSource da WSWA, o volume total de vinho e bebidas espirituosas caiu 6,8% nos 12 meses até julho, enquanto as receitas recuaram 6,1% no mesmo período. A tendência mais recente de três meses também se manteve negativa, com o volume a cair 6,2% e as receitas a descer 6,1%.

Dentro desse mercado mais fraco, o vinho mostrou algumas áreas de força. Nos últimos três meses, as receitas de Champagne subiram 14,7%, o Prosecco aumentou 10,2% e o Sauvignon Blanc ganhou 3,2%, de acordo com os dados da WSWA divulgados na segunda-feira pelo Shanken News Daily. Esses ganhos destacaram-se face à quebra mais ampla e sugerem que alguns consumidores continuam a gastar em categorias com uma identidade clara ou procura estabelecida.

Os dados também apontaram para uma divisão por preço. As tendências de receitas dos vinhos com preço acima de 16 dólares eram notavelmente melhores do que as das garrafas mais baratas. Nos últimos 12 meses, o segmento de vinhos a partir de 50 dólares registou uma subida de 0,9%, tornando-se uma das poucas áreas do relatório que permaneceu em terreno positivo. Isso sugere que a gama alta do vinho aguentou-se melhor do que muitos patamares de preço intermédios e mais baixos, mesmo com o mercado no seu conjunto a contrair-se.

Os espirituosos mostraram-se mais fracos do que o vinho na leitura mais recente. Nos últimos três meses, o volume de espirituosos caiu 5,7% e as receitas recuaram 7,1%, um desempenho mais fraco do que no mês anterior, segundo a WSWA. O grupo disse que o alargamento do fosso entre volume e receitas reflete a pressão contínua sobre a premiumização, à medida que os consumidores dão mais importância ao valor.

Essa pressão manifestou-se em todos os escalões de preço dos espirituosos. Todos os escalões de receitas estão agora em queda de mais de 5%, mostrou o dados. A faixa entre 50 e 99,99 dólares caiu 9,5%, e todos os espirituosos com preço acima de 50 dólares recuaram 8,9%. Esses números sugerem que os consumidores estão a reduzir não só as compras totais, mas também as garrafas mais caras que tinham beneficiado nos últimos anos da passagem para gamas superiores.

Para a indústria das bebidas, este desdobramento importa porque pode ajudar a moldar decisões de compra, preços e inventários numa altura em que a procura geral do mercado continua fraca. Os ganhos em Champagne, Prosecco e Sauvignon Blanc apontam para categorias que continuam a atrair o interesse dos consumidores, mesmo com a queda dos volumes totais. Ao mesmo tempo, os resultados mais fracos em muitos escalões premium dos espirituosos podem levar grossistas, retalhistas e fornecedores a pensar com mais cuidado na estratégia de preços e no mix de produtos.

O relatório também mostrou uma diferença entre as vendas em bares e restaurantes e as vendas através das lojas. O negócio on-premise superou o off-premise no período mais recente de 12 meses. O volume total de vinho e bebidas espirituosas on-premise caiu 2,8%, face a uma descida de 7,5% off-premise. Esse fosso indica que, embora os consumidores estejam a comprar menos no geral, as ocasiões de consumo em restaurantes e bares têm sido mais resilientes do que as compras para consumo em casa.

Os dados surgem numa altura em que fornecedores e distribuidores procuram sinais de estabilização após uma desaceleração prolongada na procura de bebidas alcoólicas. As quebras globais, tanto em valor como em volume, mostram que o mercado ainda não regressou ao crescimento. Ainda assim, o desempenho mais forte em categorias de vinho selecionadas sugere que a procura dos consumidores não se enfraqueceu de forma uniforme em todo o mercado.

O vinho espumante foi o exemplo mais claro nos números mais recentes. Champagne e Prosecco registaram ambos um crescimento de receitas de dois dígitos nos últimos três meses, superando o vinho tranquilo e o mercado mais amplo de bebidas alcoólicas. O Sauvignon Blanc também entrou em terreno positivo, dando aos fornecedores mais uma indicação de que certas castas continuam a ressoar junto dos compradores, mesmo num contexto de gasto cauteloso.

Os dados de preço acrescentam outra camada a esse quadro. O vinho acima de 16 dólares teve melhor desempenho do que os segmentos mais baratos, enquanto os espirituosos acima de 50 dólares registaram quebras acentuadas. Esse contraste pode refletir diferenças no comportamento de compra entre consumidores de vinho e de

espirituosos, ou pode apontar para a força das marcas em categorias específicas e para um gasto orientado pela ocasião que continua a apoiar algumas compras de vinho.

O rastreador SipSource da WSWA é seguido de perto em todo o setor porque oferece a distribuidores, fornecedores e retalhistas uma visão atual das tendências de escoamento, da evolução das receitas e do desempenho dos canais. Na mais recente divulgação, a mensagem central foi que as condições gerais continuam fracas, mas o segmento do vinho está a mostrar sinais mais promissores do que os espirituosos, com o vinho espumante e o Sauvignon Blanc a liderarem a melhoria e o canal on-premise a continuar a aguentar-se melhor do que o off-premise.