vinetur

# Vinho premium nos EUA mantém-se firme em julho, liderado pelo crescimento acima de 50 dólares

A SipSource afirmou que a receita dos vinhos acima de 50 dólares subiu 0,9% em 12 meses, apesar de o volume total de vinho ter caído 6,8%.

terça-feira, 15 de setembro de 2026



O mercado de vinhos nos EUA continua em contração, mas novos dados do setor apontam para uma procura mais firme na faixa superior do negócio, com o Prosecco entre as categorias que registaram ganhos.

De acordo com o mais recente relatório da SipSource, de julho de 2026, o vinho premium continuou a resistir melhor do que os destilados nos Estados Unidos, mesmo com as vendas globais ainda sob pressão. A SipSource acompanha os produtos que saem dos armazéns nos EUA para restaurantes, bares e lojas, oferecendo uma visão próxima da procura real do mercado.

O panorama mais amplo para o vinho continua fraco. Nos últimos três meses, os volumes de vinho caíram 6,8%, embora isso represente uma melhoria de 110 pontos base face a junho. A receita recuou 4,2% no mesmo período. Ainda assim, o relatório mostrou um melhor desempenho nas faixas de preço mais elevadas, especialmente nas garrafas com preço igual ou superior a 16 dólares.

O sinal mais forte veio da faixa superior do mercado. No segmento com preço acima de 50 dólares, a receita do vinho subiu 0,9% nos últimos 12 meses. Esse aumento destacou-se num mercado em que muitas categorias de gama baixa e média continuam a perder terreno.

Algumas categorias individuais tiveram um desempenho ainda melhor. A receita de Champagne subiu 14,7% nos últimos três meses, enquanto o Prosecco aumentou 10,2%. O Sauvignon Blanc também registou crescimento, com a receita a subir 3,2%. Estes números sugerem que, embora os consumidores estejam a comprar menos no geral, continuam a gastar em algumas categorias premium já estabelecidas, em especial vinho espumante.

O mercado norte-americano continua importante para os produtores italianos, mesmo com os dados comerciais recentes a mostrarem uma fraqueza clara. O WineNews, citando dados de exportação do Istat relativos ao primeiro semestre de 2026, noticiou que as exportações de vinho italiano para os Estados Unidos totalizaram 849 milhões de euros, uma descida de 14,1% em valor. Os volumes exportados caíram 6,8%, para 167,7 milhões de litros. Estes números refletem a pressão em todo o mercado, mas os dados da SipSource indicam que os vinhos de preço mais elevado podem estar melhor

posicionados do que o resto da categoria.

O contraste com os destilados ficou claro nos dados de julho. Enquanto o vinho mostrava sinais de estabilização nos segmentos premium, os destilados continuavam a enfrentar maior pressão tanto na receita como na premiumização. Os destilados com preço acima de 50 dólares registaram uma quebra de 8,9% na receita, e o segmento entre 50 e 99,99 dólares caiu 9,5%.

Uma área de relativa estabilidade, tanto para o vinho como para os destilados, foi o consumo no local. As vendas em bares, restaurantes e outros espaços aguentaram-se melhor do que as vendas no retalho. O volume total de vinho e destilados vendidos no canal de consumo no local caiu 2,8% nos últimos 12 meses, face a uma descida de 7,5% no retalho. Essa diferença sugere que os consumidores continuam dispostos a gastar de forma seletiva quando bebem fora de casa, mesmo com as compras em loja a terem enfraquecido mais acentuadamente.

Em conjunto, vinho e destilados continuam em queda nos Estados Unidos. O volume total de vendas combinado das duas categorias caiu 6,8% nos últimos 12 meses, enquanto a receita recuou 6,1%. Nos últimos três meses, o volume combinado caiu 6,2% e a receita também recuou 6,1%.

Para produtores, importadores e distribuidores, os números mais recentes ainda não apontam para uma recuperação do mercado. Mas mostram que a procura se tornou mais desigual, com o vinho premium a revelar-se mais resiliente do que grande parte do resto do negócio das bebidas alcoólicas. Nesse contexto, categorias como Champagne e Prosecco estão a emergir como alguns dos pontos mais claros de dinamismo num mercado norte-americano, de resto, difícil.