vinetur

Os volumes de bebidas espirituosas e vinho no retalho de viagem global subiram 5% em 2025, diz a IWSR

O whisky liderou a subida, com o valor do whisky japonês a avançar 44% nos canais duty-free.

terça-feira, 22 de setembro de 2026



O retalho de viagem global continuou a superar muitos mercados domésticos de bebidas alcoólicas em 2025, mas o crescimento foi desigual entre regiões e categorias, à medida que os consumidores deslocavam o gasto dentro das bebidas espirituosas e do vinho, segundo novos dados da IWSR publicados na segunda-feira.

O grupo de pesquisa afirmou que o volume combinado de bebidas espirituosas e vinho no retalho de viagem global, incluindo canais duty-free, subiu 5% em 2025. Dentro desse total, o volume de bebidas espirituosas aumentou 6% e o valor das bebidas espirituosas subiu 7%, enquanto o volume de vinho cresceu 2% e o valor do vinho aumentou 5%.

À primeira vista, os ganhos foram generalizados. A IWSR disse que as quatro regiões que acompanha registaram crescimento de valor no ano passado. A Europa e a África e Médio Oriente subiram cada uma 11% em valor, seguidas das Américas com 7% e da Ásia-Pacífico com 2%. Mas os números principais ocultavam fortes diferenças regionais. A IWSR descreveu o desempenho das bebidas espirituosas na Ásia-Pacífico como globalmente fraco, embora a Índia continuasse a crescer fortemente. Também apontou uma divisão nas Américas, com a América Latina a ter um bom desempenho e a América do Norte mais fraca.

O whisky foi o principal motor do crescimento nas bebidas espirituosas do travel retail em 2025. A IWSR disse que o valor do whisky subiu 12% no total, impulsionado por desempenhos fortes em vários segmentos. O Scotch whisky e o American whiskey registaram ambos um crescimento de 10% em valor, enquanto o Irish whiskey subiu 11%. O whisky japonês destacou-se de forma mais acentuada, com o valor a subir 44% e os volumes 37%.

As bebidas espirituosas à base de agave foram outro grande vencedor. A IWSR disse que os volumes aumentaram 10%, enquanto o valor subiu 28%, sugerindo que os consumidores continuaram a deslocar-se para produtos de preço mais elevado na categoria. Os dados indicam que o agave continua a ser uma das histórias mais fortes de premiumização no retalho de viagem, numa altura em que operadores de aeroportos e duty-free procuram categorias que possam sustentar simultaneamente o crescimento de volume e de margem.

A vodka também ganhou terreno. A IWSR disse que os volumes de vodka subiram 7%, ajudados pela procura de produtos aromatizados e por consumidores que trocaram o gin em mercados europeus centrais. O crescimento do valor da vodka atingiu dois dígitos, embora a IWSR não tenha divulgado uma percentagem única para o aumento de valor da categoria nos dados publicados na segunda-feira.

Essa mudança fez-se à custa de alguns segmentos estabelecidos. Os volumes de rum caíram 6% em 2025, embora a categoria ainda tenha registado crescimento em valor, o que, segundo a IWSR, indicava que os consumidores estavam a subir dentro do rum em vez de abandonarem a categoria por completo. Os volumes de gin ficaram praticamente estáveis, mas o valor subiu 7%, com marcas locais e artesanais a terem bom desempenho em mercados como os países nórdicos, o Reino Unido e partes da Ásia-Pacífico.

O cognac e o brandy tiveram um ano muito mais fraco. A IWSR disse que os volumes caíram 6% e o valor desceu 8%, colocando-os entre as categorias de bebidas espirituosas com pior desempenho no travel retail. Charlotte Reid, senior insights manager para o travel retail global na IWSR, afirmou que as categorias tradicionais de bebidas espirituosas estão a ser desafiadas por rápidas mudanças nas preferências dos consumidores. Disse que o whisky japonês e as bebidas espirituosas de agave dispararam, enquanto o Cognac registou uma das suas quedas mais acentuadas em décadas. Acrescentou ainda que o gin aromatizado perdeu dinamismo, à medida que os consumidores se deslocavam para a vodka e para os produtos ready-to-drink.

O vinho registou um ano positivo no geral, embora o seu padrão de crescimento também tenha sido desigual. O vinho tranquilo foi o principal motor da expansão da categoria, ajudando a fazer subir o volume total de vinho 2% e o valor 5%. Os aperitivos leves destacaram-se entre as subcategorias, com os volumes a aumentar 16% e o valor a subir 25%.

O vinho espumante apresentou resultados mais mistos. Os volumes de Champagne diminuíram, mas o valor aumentou, indicando resiliência nos patamares de preço mais elevados. O Prosecco seguiu na direção oposta, com quedas tanto em volume como em valor. A IWSR disse que a categoria mostrou sinais de fadiga do Prosecco, sinal de que

alguns viajantes poderão estar a afastar-se de produtos que tinham tido bom desempenho nos últimos anos.

As mudanças na categoria importam para lá do canal aeroportuário porque podem moldar a forma como os grupos de bebidas e os distribuidores planeiam carteiras, promoções e a alocação de espaço nas prateleiras do travel retail nos próximos anos. Com o agave, o whisky e a vodka a ganharem quota, e o rum a mostrar sinais de subida para posições premium apesar dos volumes mais baixos, as decisões de compra e de sortido no duty-free podem inclinar-se ainda mais para esses segmentos. Isso pode afetar a forma como os produtores de bebidas espirituosas, vinho e outros produtos alcoólicos dão prioridade a lançamentos, formatos de embalagem e inventário regional até 2027.

A IWSR afirmou que o quadro de mais longo prazo continua a favorecer algumas das mesmas categorias que lideraram em 2025. Nas bebidas espirituosas, espera que o Scotch whisky permaneça a maior oportunidade de crescimento até 2030, enquanto o whisky japonês e o Irish whiskey deverão liderar em dinamismo. No vinho, espera-se que o crescimento futuro do valor seja sustentado pelo vinho tranquilo e pelo Champagne, com ganhos mais modestos para o vinho fortificado e outros vinhos espumantes. O Prosecco deverá continuar sob pressão e poderá registar uma ligeira descida até 2030. Os aperitivos leves deverão manter-se como a subcategoria relacionada com vinho de crescimento mais rápido.

Mesmo com esse potencial de crescimento, o grupo de pesquisa disse que as perspetivas de curto prazo para 2025 a 2027 estão a ser travadas por riscos ligados ao conflito no Médio Oriente. A IWSR afirmou que o encerramento do espaço aéreo, as perturbações nos voos, os custos mais elevados do combustível e a pressão mais ampla do custo de vida estão todos a pesar sobre o setor. O travel retail depende fortemente do tráfego internacional de passageiros, e essas perturbações podem afetar rapidamente tanto o movimento nas lojas como o mix de produtos.

A África e o Médio Oriente deverão enfrentar o impacto mais acentuado. A IWSR disse que a região poderá registar uma quebra de volume num único ano até 22%, sendo improvável uma recuperação antes de 2028. As Américas e a Ásia-Pacífico são vistas como menos expostas, mas não imunes. A Europa também é altamente vulnerável a

perturbações ligadas ao Médio Oriente devido às rotas aéreas e aos fluxos de viagem, e a IWSR espera que a sua recuperação seja a mais lenta entre as principais regiões nos próximos anos.