vinetur

Vendas de vinho no retalho dos EUA caíram 5,3% no final de outubro, devido a nova quebra do vinho tranquilo

O volume de vinho tranquilo caiu 5,8%; o espumante subiu 0,1%; o vinho sem álcool cresceu 14,6%

terça-feira, 3 de novembro de 2026



Um relatório de retalho da NielsenIQ, divulgado na segunda-feira, 2 de novembro, pela Wine Industry Advisor, mostrou que as vendas de vinho nos EUA continuaram a enfraquecer no final de outubro. O vinho tranquilo esteve na origem da maior parte da queda, enquanto o espumante regressou a um ligeiro crescimento e o vinho sem álcool continuou a registar fortes ganhos.

Nas quatro semanas terminadas a 24 de outubro, o volume total de vendas de vinho no painel de retalho da NielsenIQ nos EUA caiu 5,3% e as vendas em dólares recuaram 3,8%, face ao mesmo período de quatro semanas de 2025. A medição exclui cocktails à base de vinho e reflete as vendas registadas no retalho, não o consumo total de vinho nos EUA.

O vinho tranquilo continuou a ser a principal fonte de pressão sobre o mercado. O volume de vendas caiu 5,8% face ao ano anterior, enquanto as vendas em dólares recuaram 4,6%. Os números sugerem que a fraqueza mais generalizada do mercado continua concentrada no vinho de mesa tradicional, que representa a maior parte da categoria e tem sido o principal fator da queda global das vendas de vinho no retalho.

Em contrapartida, o espumante registou uma melhoria modesta. O volume subiu 0,1% face ao mesmo período do ano anterior e as vendas em dólares aumentaram 1,5%. A variação foi pequena, mas representou uma melhoria face à atualização anterior da NielsenIQ, que indicava uma queda de 0,3% no volume de espumante nas quatro semanas terminadas a 17 de outubro. Com esta mudança, a categoria voltou a território positivo, ainda que por uma margem reduzida.

O vinho sem álcool continuou a crescer a um ritmo muito superior ao do resto do mercado. Nas quatro semanas terminadas a 24 de outubro, o seu volume aumentou 14,6% e as vendas em dólares subiram 18,4% face ao ano anterior. A categoria manteve, assim, um crescimento de dois dígitos e destacou-se do mercado vitivinícola em geral, onde as quedas continuaram a ser generalizadas.

O novo relatório mostrou também que o desempenho homólogo do mercado piorou face à leitura anterior de quatro semanas. Em comparação com o relatório relativo às quatro semanas terminadas a 17 de outubro, a queda anual do mercado vitivinícola em geral agravou-se 0,4 pontos percentuais em volume e 0,5 pontos percentuais em

vendas em dólares. Isto significa que os dados mais recentes revelaram uma comparação mais fraca com o mesmo período de 2025, apesar da melhoria de alguns indicadores de vendas de curto prazo.

A leitura semanal da NielsenIQ apontou para essa melhoria de curto prazo. Na semana mais recente incluída no relatório, as vendas totais de vinho em dólares atingiram 372,5 milhões de dólares, cerca de 3,9 milhões de dólares acima da semana anterior. Esse aumento semanal, porém, não compensou a tendência homóloga mais fraca no período móvel de quatro semanas.

A comparação entre os dois relatórios de quatro semanas deve ser interpretada com cautela, uma vez que os períodos não correspondem a meses distintos. As quatro semanas terminadas a 24 de outubro e as quatro semanas terminadas a 17 de outubro incluem três semanas em comum, pelo que a variação entre os dois relatórios reflete apenas a entrada de uma nova semana na janela móvel e a saída de uma semana mais antiga. Ainda assim, a atualização mostrou que a recente fraqueza do mercado foi suficiente para agravar a queda global.

A diferença entre o volume e as vendas em dólares continuou também a ser visível em todo o mercado. As vendas totais em dólares caíram menos do que o volume total, e o mesmo padrão verificou-se no vinho tranquilo. Isto significa que a quantidade de vinho vendida diminuiu mais depressa do que a receita gerada, apesar de a procura dos consumidores continuar sob pressão.

O relatório reforça os sinais de que o setor do vinho nos EUA continua a evoluir de forma desigual entre segmentos. O vinho tranquilo continuou a contrair-se a um ritmo acentuado, o espumante registou apenas uma recuperação mínima e o vinho sem álcool permaneceu como a principal área de crescimento. Como os números provêm do painel de retalho da NielsenIQ, refletem a atividade nos pontos de venda abrangidos pela medição e não o mercado nacional na sua totalidade. Ainda assim, indicam que o setor entrou na reta final de outubro com um dinamismo homólogo mais fraco do que na leitura anterior.