vinetur

Vendas de cocktails preparados cresceram 2,3% nas quatro semanas até 24 de outubro

Os RTD à base de bebidas espirituosas cresceram 19,1% em valor, mas a categoria continuou sem registar crescimento global do volume

terça-feira, 3 de novembro de 2026



As vendas de cocktails preparados registaram uma ligeira melhoria nas quatro semanas terminadas a 24 de outubro, impulsionadas pela contínua força dos produtos prontos a beber à base de bebidas espirituosas, embora a categoria continuasse a ter dificuldades em alcançar um crescimento generalizado do volume.

De acordo com o mais recente Prepared Cocktails Pulse da NielsenIQ, as vendas em valor de cocktails preparados no canal BWS aumentaram 2,3% no período de quatro semanas, enquanto o volume em caixas caiu 1,7%. Numa base semanal, as vendas em valor atingiram 267,2 milhões de dólares, menos 0,3% do que na semana anterior.

Os dados apontam para uma categoria que continua a crescer mais em valor do que em vendas físicas. A NielsenIQ afirmou que a melhoria registada ao longo das quatro semanas foi sustentada pelas ofertas à base de bebidas espirituosas e de vinho, mas que os ganhos ainda não se traduziram num crescimento constante do volume total da categoria de cocktails preparados.

A categoria de cocktails preparados da NielsenIQ inclui produtos prontos a beber e prontos a servir à base de bebidas espirituosas, cocktails à base de vinho, bebidas de malte aromatizadas e seltzers. O desempenho manteve-se desigual entre estes segmentos no período terminado a 24 de outubro.

Os RTD à base de bebidas espirituosas continuaram a ser o segmento mais forte do mercado. As vendas em valor neste segmento aumentaram 19,1%, enquanto o volume cresceu 21,3%. Os cocktails à base de vinho também se mantiveram em terreno positivo, embora a um ritmo mais lento, com as vendas em valor a subirem 5,8% e o volume 4,5%.

As bebidas de malte aromatizadas e os seltzers continuaram em queda, mas o recuo foi menos acentuado do que nas leituras anteriores. As vendas em valor deste grupo caíram 4,7% e o volume diminuiu 7,1%. A NielsenIQ afirmou que o aumento das vendas de RTD e as menores quebras nas bebidas de malte aromatizadas e nos seltzers refletiram a procura sazonal.

Entre os fabricantes, a Mark Anthony Brands manteve-se na liderança em vendas em valor. Estas aumentaram 0,2%, embora o volume tenha diminuído em 126.000 caixas. A Boston Beer ficou em segundo lugar em valor, com as vendas a caírem 3,7% e o volume a recuar 332.900 caixas.

A Anheuser-Busch ficou em terceiro lugar e foi um dos maiores fornecedores a registar crescimento, com as vendas em valor a aumentarem 6,1% e o volume a subir 29.100 caixas. Seguiu-se a Sazerac, com um aumento de 4,8% nas vendas em valor e um ganho de 33.800 caixas. A Gallo completou os cinco maiores fabricantes em valor, com as vendas a caírem 2,3% e o volume a diminuir 43.200 caixas.

Os fabricantes com crescimento mais rápido diferiram dos maiores operadores. A Stateside Brands liderou o grupo em crescimento das vendas em valor, com uma subida de 102,5% e um aumento de 386.100 caixas no volume. A Constellation também registou um forte crescimento, com as vendas em valor a subirem 60,4% e o volume a aumentar 23.900 caixas. A Anheuser-Busch e a Sazerac também figuraram entre os fabricantes com maior crescimento. A NielsenIQ incluiu a Moët Hennessy USA nos cinco primeiros em crescimento do valor, mas não divulgou um valor comparável para esse crescimento, tendo reportado um aumento de 5.900 caixas.

Ao nível das marcas, a White Claw continuou a liderar em vendas em valor. Estas aumentaram 1,8%, embora o volume tenha recuado 15.200 caixas. A Twisted Tea manteve o segundo lugar em valor, mas as vendas caíram 8,5% e o volume diminuiu 269.000 caixas, uma das quebras mais acentuadas entre as principais marcas.

A BuzzBallz ficou em terceiro lugar em valor e continuou a crescer, com as vendas a aumentarem 5,9% e o volume a subir 30.400 caixas. A Cutwater Cocktail registou um dos maiores aumentos entre as maiores marcas, com as vendas em valor a crescerem 14,2% e o volume a aumentar 73.600 caixas. A Smirnoff completou os cinco primeiros em valor, com as vendas a subirem 3,9% e o volume a aumentar 26.000 caixas.

Entre as marcas com crescimento mais rápido, destacou-se a Surfside Cocktail, que registou um aumento de 55,2% nas vendas em valor e acrescentou 205.900 caixas. A Super Lyte Cocktail também esteve entre as marcas com maiores ganhos em volume, com mais 180.400 caixas, embora a NielsenIQ não tenha divulgado uma taxa de crescimento comparável em valor para a marca. A Sun Cruiser Cocktail cresceu 58,5% em vendas em valor e ganhou 134.300 caixas.

A Cutwater Cocktail também figurou entre as cinco marcas com maior crescimento das vendas em valor, refletindo os seus ganhos generalizados na categoria. A Monaco integrou igualmente este grupo, com as vendas em valor a aumentarem 27,3% e o volume a subir 53.600 caixas.