vinetur

Volume do mercado de vinho dos EUA caiu 7%, para 340 milhões de caixas, segundo perspetivas do setor

A Farm Credit East afirma que os preços mais elevados fizeram as vendas subir 2%, para 115 mil milhões de dólares, mas a procura mais fraca deverá manter 2027 difícil

quarta-feira, 4 de novembro de 2026



O mercado de vinho dos EUA continuou a encolher em volume, apesar de as vendas terem aumentado em valor, agravando a pressão sobre as adegas e os viticultores à entrada de 2027, segundo as perspetivas para o setor publicadas na terça-feira, 3 de novembro, pela Farm Credit East.

O relatório indicou que o valor total do mercado de vinho dos EUA atingiu 115 mil milhões de dólares nos 12 meses até setembro, mais 2% do que no ano anterior, enquanto o volume total caiu 7%, para 340 milhões de caixas de 9 litros. Segundo o documento, a diferença deveu-se à subida dos preços, e não a uma procura mais forte, e reflete uma retração generalizada do consumo de vinho que está a afetar viticultores

e produtores em todo o país.

Esta evolução tem consequências para além das adegas. Uma queda sustentada da procura de vinho pode influenciar os planos de vendas, as decisões de preços e as estratégias de distribuição em todo o setor das bebidas, sobretudo para os produtores e exportadores que procuram posicionar os seus produtos num mercado norte-americano mais fraco.

A Farm Credit East afirmou que 2027 deverá ser pelo menos tão difícil como o ano passado, devido ao abrandamento do consumo e à subida dos custos operacionais. O relatório, da autoria de Andrew Adams, da WineBusiness Monthly, considera que o mercado não deverá regressar às condições anteriores à pandemia e descreve a retração como uma mudança estrutural, e não como uma quebra temporária.

O relatório afirmou que nenhuma região vitivinícola dos EUA está totalmente ao abrigo desta situação. Indicou que a vindima de uvas para vinho na Califórnia, em 2026, deverá ser a mais pequena em décadas, associando diretamente esse resultado à redução do consumo de vinho. Apontou também uma nova pressão decorrente do quase colapso do mercado de exportação no Canadá, na sequência de um diferendo comercial, um revés que, segundo o documento, também prejudicou o turismo. A North Country Chamber of Commerce informou que, durante grande parte de 2025, as passagens de automóveis da região de Montreal em Champlain, Nova Iorque, ficaram cerca de 30% abaixo dos níveis de 2024.

O relatório defendeu que qualquer recuperação futura depende, antes de mais, da estabilidade do mercado. Segundo o documento, a oferta e a procura poderão aproximar-se do equilíbrio até 2028, caso a procura estabilize, dando origem a um mercado mais pequeno, mas mais sustentável. Até lá, os vinhos de preços mais baixos continuam a ser um ponto fraco.

De acordo com dados da NIQ citados no relatório, as vendas de vinhos em garrafas de 750 mililitros com preços entre 8 e 11 dólares caíram 9% em valor e 8% em volume nas 52 semanas terminadas a 5 de setembro. Os vinhos com preços entre 20 e 25 dólares recuaram menos de 1% tanto em valor como em volume, mas esta categoria representou menos de 3% do volume de vendas acompanhado pela NIQ. O volume de

vinho de mesa vendido fora do canal de consumo no local caiu em todos os escalões de preço, com as descidas mais acentuadas no segmento de preços mais baixos.

O relatório afirmou que os restaurantes e outros estabelecimentos de consumo no local resistiram melhor do que as lojas de retalho. A Farm Credit East citou dados da bw166 que mostram que as vendas de vinho de mesa nacional no canal de consumo no local aumentaram quase 9% em valor, ultrapassando os 27 mil milhões de dólares. A NIQ, utilizando uma metodologia diferente, indicou que as vendas de vinho no canal de consumo no local caíram 2,6%, para 13,5 mil milhões de dólares, no ano terminado a 8 de agosto, em comparação com uma quebra de 5% no vinho de mesa vendido fora desse canal. Apesar das diferenças de medição, ambos os conjuntos de dados sugerem que a procura no canal de consumo no local está a ter um desempenho melhor do que no retalho.

As perspetivas dedicaram particular atenção ao Nordeste, onde os produtores enfrentam vendas mais fracas, mas também alguns sinais de resiliência. O relatório afirmou que a reputação de qualidade dos vinhos da região melhorou, sobretudo nos brancos aromáticos, nos tintos de corpo mais leve, como o Cabernet Franc, e nos espumantes, que identificou como algumas das poucas áreas de crescimento do mercado.

A Farm Credit East afirmou que mais de um terço das adegas da região produz Riesling e Cabernet Franc. Citou também dados da bw166 segundo os quais os envios diretos ao consumidor de Riesling de adegas a leste das Montanhas Rochosas aumentaram 6% em volume e 12% em valor em 2025.

Ao mesmo tempo, muitas adegas do Nordeste subiram os preços. Em 2026, 26% das adegas da região com preços publicados tinham um preço médio por garrafa igual ou superior a 25 dólares, face a 14% em 2020, segundo a base de dados de adegas da bw166. A proporção de adegas com preços médios por garrafa inferiores a 15 dólares caiu de 16% para 10%. No mesmo período, o número de adegas com um preço médio igual ou superior a 40 dólares por garrafa aumentou de 12 para 18.

No entanto, o número de adegas está a diminuir. Os oito estados do Nordeste tinham 757 adegas em 2026, menos 4% do que em 2025, segundo o relatório. Nova Iorque perdeu 20 adegas, enquanto apenas Connecticut e Nova Jérsia registaram aumentos. A Farm Credit East afirmou que os sete principais estados vitivinícolas a leste das Montanhas Rochosas perderam adegas em 2026, embora todos continuem acima dos valores de 2016. Massachusetts perdeu 15 adegas desde 2020.

As condições meteorológicas acrescentaram outra fonte de pressão. Segundo o relatório, uma primavera quente adiantou o ciclo das videiras, antes de uma geada, a 20 e 21 de abril, causar estragos em algumas zonas do Leste. O Departamento de Agricultura dos EUA emitiu procedimentos de emergência relativos ao seguro de colheitas para 13 estados, incluindo quatro do Nordeste. Num inquérito da Garden State Wine Growers Association, o viticultor mediano de Nova Jérsia estimou os danos nas vinhas em 75%. Alguns produtores dos Finger Lakes previam perdas de produção entre 15% e 30%, enquanto Long Island registou rendimentos médios.

Os envios diretos ao consumidor também enfraqueceram. A Farm Credit East citou dados da WineBusiness Analytics e da Sovos ShipCompliant que mostram que os envios totais nos EUA até junho caíram 15% em volume e 4% em valor desde o início do ano. As adegas a leste das Montanhas Rochosas tiveram um desempenho pior, com o valor dos envios a cair 11%, para 81,3 milhões de dólares, e o volume a recuar 17%, para 254 795 caixas. O preço médio por garrafa subiu 6%, para 26,58 dólares, continuando, ainda assim, a ser menos de metade da média nacional.

O relatório afirmou que os números dos envios não refletem o modelo de negócio completo de muitas adegas do Leste, uma vez que a maior parte do vinho é vendida a visitantes que levam as garrafas consigo, em vez de as receberem por envio. No inquérito de 2026 da WineBusiness sobre salas de prova, as adegas a leste das Montanhas Rochosas indicaram que cerca de 94% das vendas em valor nas salas de prova eram levadas pelos clientes, e não enviadas, e que os membros dos clubes levantavam uma mediana de 90% do vinho. A adega mediana da região registou um número de visitas às salas de prova estável em 2025, em cerca de 10 500, enquanto a adesão média aos clubes cresceu 5%.

Ainda assim, a Farm Credit East afirmou que há margem para melhorar a conversão de visitas em vendas. As adegas do Leste cobram uma mediana de 16 dólares por uma prova básica, face aos 25 dólares entre todos os inquiridos, e o valor mediano das compras nas salas de prova é de 60 dólares, contra 90 dólares no conjunto da amostra. Os clubes representam cerca de um quinto das vendas diretas ao consumidor no Leste, aproximadamente metade da proporção no setor em geral, e a adega mediana acrescenta apenas 5% dos visitantes à sua lista de contactos, contra 20% no conjunto da amostra.

Os inquiridos indicaram que os maiores obstáculos em 2026 eram a situação económica, referida por 69%, o fraco interesse dos consumidores mais jovens, mencionado por 44%, e a falta de turismo, apontada por 42%. Cerca de dois terços afirmaram que as redes sociais e o marketing digital eram os meios mais eficazes para chegar a novos consumidores e aos mais jovens.

O relatório afirmou que a queda do consumo de vinho não se deve a uma causa única. Apontou mudanças generalizadas na forma como os consumidores gastam o seu tempo e dinheiro, além de fatores específicos, como a popularidade dos medicamentos GLP-1, que podem reduzir a vontade de beber. Acrescentou que o setor demorou a adaptar-se porque muitos produtores partiram do princípio de que os consumidores mais jovens acabariam por substituir os consumidores da geração Baby Boomer, à medida que estes envelhecessem, a um ritmo semelhante.

A Farm Credit East afirmou que, a curto prazo, o mercado deverá ser mais pequeno e contar com menos adegas. Para os produtores, isso significa maior pressão para defender a quota de mercado, aumentar a produtividade e justificar preços mais elevados. Para o setor das bebidas em geral, poderá também significar uma disputa mais intensa pela despesa dos consumidores, à medida que o vinho perde volume e as empresas reavaliam onde ainda é possível encontrar crescimento.