vinetur

Mercado de vinho de Napa Valley deverá registar apenas ganhos modestos em 2027

O volume de vendas no retalho subiu para 1% em 2026, mas o excesso de vinho e os preços mais baixos por garrafa continuam a pressionar os produtores

segunda-feira, 9 de novembro de 2026



O mercado de vinho de Napa Valley deverá registar apenas ganhos limitados em 2027. O excesso de oferta e a pressão sobre os preços deverão continuar a ser problemas centrais, apesar da melhoria de alguns indicadores de vendas, segundo uma perspetiva publicada na segunda-feira, 9 de novembro, pela Terrain.

O relatório, baseado em comentários de Chris Bitter, analista sénior de vinho e uvas da Terrain, durante um painel de discussão organizado em conjunto no final de outubro pela American AgCredit e pela Napa Valley Vintners, refere que Napa apresentou resultados ligeiramente melhores do que o esperado no último ano. No entanto, acrescenta que a região ainda tem uma grande quantidade de vinho para escoar no mercado, o que poderá continuar a pressionar as margens, à medida que os retalhistas recorrem a descontos e a ofertas de menor preço para estimular as vendas.

A situação é relevante para além de Napa, uma vez que a região é uma referência importante para os vinhos premium. Se os produtores continuarem a enfrentar um escoamento mais lento, pressão para conceder descontos e excesso de existências, estas tendências poderão afetar as estratégias de preços, o comportamento dos distribuidores e a rentabilidade em todo o setor das bebidas alcoólicas, sobretudo no segmento de vinhos de gama alta.

Segundo a Terrain, as vendas de vinho de Napa no retalho para consumo fora do estabelecimento, medidas pela Nielsen IQ, mantiveram-se praticamente estáveis, com alguma melhoria face ao ano anterior. Ao mesmo tempo, as vendas dos distribuidores aos retalhistas caíram mais do que as vendas no retalho, um sinal de que os retalhistas continuam a comprar menos vinho de Napa do que aquele que vendem e a reduzir as existências.

De acordo com o relatório, as vendas diretas ao consumidor tiveram um desempenho mais forte do que o canal grossista. A Terrain citou dados da Community Benchmark que mostram uma quebra de apenas 2% na receita total das vendas diretas ao consumidor, o que sugere que este canal estabilizou após um período mais fraco. Ainda assim, o relatório refere que os ganhos têm sido limitados pela fraca afluência de visitantes e pelo aumento dos custos.

A Terrain afirmou que o volume de vendas no retalho para consumo fora do estabelecimento melhorou significativamente nos últimos três anos, passando de -9% em 2024 para -2% em 2025 e 1% em 2026, com base em períodos de 12 meses terminados em junho. Mas essa melhoria teve um custo. O relatório refere que os retalhistas têm reduzido os preços para sustentar o volume de vendas, com algumas marcas a aplicarem descontos diretamente e uma maior oferta de vinhos de marca própria mais baratos a fazer baixar o preço médio por garrafa no mercado.

Esta dinâmica está a ajudar a reduzir parte do excedente no sistema de três níveis, mas também está a comprimir as margens dos produtores e vendedores. O relatório sugere que a força de Napa como região premium a longo prazo criou um desafio adicional: ao longo do tempo, os preços subiram tanto que o conjunto de potenciais compradores se tornou mais reduzido.

Para 2027, a Terrain prevê progressos modestos, e não uma recuperação acentuada. A empresa antecipa poucas alterações no canal de três níveis nos próximos 12 meses, enquanto as vendas diretas ao consumidor e as vendas dos distribuidores poderão melhorar ligeiramente à medida que a redução de existências pelos retalhistas abrande.

O relatório considera improvável que a conjuntura económica mais ampla dê um contributo significativo. Bitter disse ao painel que as condições económicas fracas não apontam para um aumento expressivo das vendas de vinho em 2027. Ainda assim, os produtores de Napa poderão estar relativamente protegidos, uma vez que os seus principais clientes tendem a ser consumidores mais velhos e com maior poder de compra, que têm resistido relativamente bem nos últimos anos.

A Terrain assinalou também sinais de melhoria em São Francisco como um possível apoio importante para o negócio de vendas diretas ao consumidor de Napa. Segundo o relatório, a criação de emprego na Bay Area regressou nos últimos 12 meses, após uma quebra prolongada; os preços das casas voltaram a subir e a atividade dos visitantes está a recuperar. Estas tendências poderão beneficiar as adegas de Napa que dependem do turismo, das salas de prova e das vendas associadas à hotelaria.

Outra variável é o mercado bolsista. A Terrain observou que as cotações das ações subiram mais de 80% nos últimos três anos, o que tem apoiado os consumidores abastados que representam uma parte significativa da clientela de Napa. Uma eventual inversão desta tendência poderá constituir um risco para a procura, sobretudo nas categorias de preço mais elevado.

A principal questão estrutural continua a ser a oferta. A Terrain afirmou que Napa ainda está a escoar um grande volume de vinho e que poderá levar anos, e não meses, até que as existências regressem a níveis normais. Segundo o relatório, a vindima de 2023 foi uma das maiores de que há registo em Napa. No entanto, a produção nos últimos dois anos manteve-se aproximadamente em linha com a média histórica de 10 anos da região, em vez de cair abaixo desse nível para corrigir a expansão excessiva anterior.

Por conseguinte, a Terrain prevê que a região continue a acumular mais vinho do que o mercado consegue absorver confortavelmente. É provável que esse excesso de oferta continue a pressionar os preços e possa obrigar mais produtores a repensar as estratégias de aprovisionamento, produção e vendas.

O relatório refere que as adegas com melhor desempenho neste contexto deverão ser aquelas que concentram recursos nas áreas em que já dispõem de uma vantagem clara, em vez de tentarem servir todos os segmentos do mercado. A Terrain salientou que isso não significa necessariamente cortes generalizados de preços. Em alternativa, os produtores poderão ter de reforçar a sua proposta de valor, oferecendo maior qualidade, experiências mais apelativas ou uma história de marca mais clara para determinado nível de preço.

O relatório apontou também a flexibilidade operacional como uma vantagem. Em Napa, a Terrain observou melhores resultados entre empresas diversificadas e capazes de se adaptar rapidamente, incluindo aquelas cujos contratos de fornecimento de uvas terminam em momentos diferentes, o que lhes permite reagir mais facilmente ao excesso de oferta.

Apesar de alguma melhoria recente nas vendas diretas e no volume de vendas no retalho, o relatório considera que a fraca afluência de visitantes continua a ser uma preocupação importante. A Terrain observou que a visitação não recuperou nos últimos

anos, limitando a capacidade das adegas de contar com o fluxo de visitantes para apoiar as vendas de garrafas e compensar os custos mais elevados no canal de vendas diretas ao consumidor.

A combinação de procura estável no retalho, redução contínua de existências pelos retalhistas, preços médios por garrafa mais baixos e grandes volumes de vinho em stock faz com que Napa entre em 2027 com mais dinamismo do que há um ano, mas sem uma verdadeira reconfiguração do mercado. As perspetivas da Terrain indicam que as adegas continuarão a operar num mercado favorável aos compradores, com progressos provavelmente lentos e desiguais entre canais.