vinetur

O volume de vinho de Napa Valley no retalho cresceu 1%, após dois anos de quedas

A Terrain afirma que os descontos e os vinhos de marca própria mais baratos ajudaram a categoria a recuperar volume, embora os preços médios continuem sob pressão

segunda-feira, 9 de novembro de 2026



As vendas de vinho de Napa Valley nos canais de retalho dos EUA para consumo fora do local de compra regressaram ao crescimento em volume nos 12 meses terminados em junho, segundo uma análise do mercado publicada na segunda-feira, 9 de novembro, pela Terrain, uma empresa de consultoria para o setor do vinho que citou dados de vendas a retalho da NielsenIQ.

O relatório indicou que o volume de vendas a retalho de vinho de Napa fora de restaurantes, bares e outros estabelecimentos de hotelaria e restauração cresceu 1% nos 12 meses terminados em junho de 2026. Seguiu-se a uma queda de 2% no período homólogo terminado em junho de 2025 e a uma descida de 9% no período terminado em junho de 2024.

Esta evolução representa uma recuperação modesta das vendas físicas, após dois anos de contração. Medida pela variação da taxa de crescimento, e não pelo número absoluto de garrafas ou caixas, a leitura de junho de 2026 melhorou 3 pontos face ao período de junho de 2025 e 10 pontos face ao período de junho de 2024. A Terrain afirmou que a fonte original não divulga o volume de base na análise, pelo que o relatório não apresenta a variação em litros ou caixas.

Os valores dizem respeito ao vinho de Napa vendido no mercado retalhista dos EUA para consumo fora do local de compra. Não representam toda a produção de vinho da Califórnia nem o consumo total de vinho nos EUA. Napa Valley, no norte da Califórnia, é uma das regiões vitivinícolas mais conhecidas do país e está muito exposta ao posicionamento de preços e à perceção das marcas no segmento premium, pelo que as variações de volume e preço são acompanhadas de perto por viticultores, adegas e distribuidores.

A Terrain afirmou que o regresso ao crescimento em volume ocorreu num contexto de pressão contínua sobre os preços médios de venda. A empresa atribuiu essa pressão aos descontos e à maior presença de vinhos de marca própria a preços mais baixos na categoria Napa. O relatório não quantificou separadamente estes dois efeitos, mas indicou que ambos estavam a fazer baixar o preço médio pago pelos consumidores nas lojas de retalho.

Esta composição das vendas é relevante porque um aumento do volume não significa necessariamente receitas mais elevadas ou margens mais saudáveis para os produtores. Se houver mais vinho a ser vendido apenas porque as garrafas são comercializadas a preços mais baixos, as adegas poderão reduzir o excesso de existências sem melhorar a rentabilidade. Uma maior proporção de rótulos mais baratos também pode aumentar o total de caixas vendidas, fazendo baixar o preço médio da categoria.

O relatório associou parte da recente melhoria à redução em curso dos stocks no canal comercial. Os produtores e vendedores de Napa têm estado a escoar o excesso de existências acumulado após uma procura mais fraca em períodos anteriores. Stocks mais baixos podem aliviar a pressão sobre o mercado, aproximando a oferta das vendas, mas este processo também pode incentivar promoções agressivas, à medida que adegas e retalhistas procuram escoar o vinho já existente na cadeia de distribuição.

A Terrain apresentou os novos valores como um sinal de progresso modesto, e não de uma recuperação total. Um crescimento de 1% em volume é positivo após quedas consecutivas, mas continua a ser um aumento reduzido numa categoria que já tinha perdido terreno nos dois períodos anuais anteriores. O título do relatório, 2027 Napa Wine Market Outlook: Modest Progress to Continue, sugere que a Terrain prevê a continuação desta evolução gradual em 2027, embora essa parte da análise seja uma previsão, não um resultado observado.

Esta distinção é importante para interpretar os dados. O relatório publicado a 9 de novembro não significa que as vendas de vinho de Napa no retalho tenham disparado em novembro. Analisa, antes, períodos móveis de 12 meses terminados em junho de 2024, 2025 e 2026. Esta abordagem atenua as oscilações de curto prazo e permite uma perspetiva mais abrangente sobre a evolução do mercado ao longo do tempo.

A NielsenIQ, identificada pela Terrain como fonte dos dados de retalho, acompanha as vendas nos canais de retalho, e não as vendas diretas das adegas nem as compras em restaurantes. Por conseguinte, os valores permitem perceber os padrões de compra dos consumidores nas lojas, mas não oferecem um retrato completo da procura de

vinho de Napa. As adegas de Napa recorrem frequentemente a vários canais de comercialização, incluindo salas de prova, clubes de vinho, expedição direta e presença em estabelecimentos de consumo no local, que podem ter comportamentos diferentes dos vinhos nas prateleiras do retalho.

Ainda assim, os dados do retalho são relevantes porque mostram se os vinhos de Napa estão a recuperar terreno junto dos consumidores dos EUA, num ambiente competitivo marcado por uma despesa mais cautelosa, descontos e mudanças mais amplas no consumo de bebidas alcoólicas. O relatório da Terrain indica que está a ser vendido mais vinho de Napa no retalho do que há um ano, mas sugere também que o mercado continua a depender, em parte, de preços mais baixos e de uma composição de produtos menos dispendiosa para alcançar esse crescimento.