vinetur

Vendas de vinho na restauração e hotelaria britânicas caíram 3,4% na semana até 31 de outubro

Os dados da NielsenIQ mostram que a quebra abrandou face aos 6,9% da semana anterior, mas as vendas continuaram abaixo do nível de 2025 antes do Natal

segunda-feira, 9 de novembro de 2026



As vendas de vinho no setor da restauração e hotelaria britânico caíram 3,4% face ao ano anterior na semana até 31 de outubro, uma descida menor do que a quebra de 6,9% registada na semana até 24 de outubro, segundo dados da NielsenIQ, que acompanha as vendas de bebidas em estabelecimentos de gestão organizada em toda a Grã-Bretanha.

Os dados, publicados pela NielsenIQ a 6 de novembro na atualização Daily Drinks Tracker, intitulada «Tempestades enfraquecem vendas de bebidas no final de outubro», apontam para uma segunda quebra semanal consecutiva do vinho num canal acompanhado de perto por importadores, distribuidores e fornecedores do canal on-trade antes do período de vendas natalícias.

A leitura mais recente mede as variações das vendas em valor, e não dos volumes físicos. A NielsenIQ não publicou valores totais de vendas de vinho em libras, pelo que os dados mostram apenas a taxa de variação homóloga da receita nominal. Isto significa que a melhoria de uma quebra de 6,9% para uma de 3,4% deve ser entendida como um abrandamento da descida de 3,5 pontos percentuais, e não como um aumento de 3,5% de uma semana para a outra.

O tracker compara cada semana de referência com a semana equivalente de 2025. Nesta base, as vendas de vinho mantiveram-se abaixo das do ano anterior em ambos os períodos do final de outubro, embora o ritmo da descida tenha abrandado na semana mais recente. Como os dados se baseiam em vendas nominais, não mostram em que medida a variação resultou de alterações na procura, nos preços dos menus, nos descontos ou nas escolhas dos clientes.

A cobertura da NielsenIQ limita-se às empresas organizadas do setor da restauração e hotelaria incluídas na sua amostra de monitorização na Grã-Bretanha. Os dados da empresa não representam todo o mercado britânico da restauração e hotelaria nem fornecem uma leitura direta do consumo nacional de vinho. Também não distinguem o efeito dos volumes dos efeitos dos preços ou das promoções, o que limita a utilização destes dados para avaliar a procura subjacente.

Apesar destas ressalvas, o período de duas semanas merece atenção por anteceder a época sazonal mais importante do ano para o setor. O final do outono e o início do inverno são períodos fundamentais para os fornecedores de vinho a pubs, bares e restaurantes, e uma segunda quebra consecutiva do valor das vendas deverá manter o foco na possibilidade de a despesa no canal on-trade melhorar à medida que aumentam as reservas para as festas e os eventos sociais.

O contexto mais amplo da atualização da NielsenIQ sugere que as condições meteorológicas tiveram impacto nas vendas de bebidas no final de outubro. O título do relatório referia que as tempestades estavam a enfraquecer as vendas, indicando que o movimento de clientes e a despesa dos consumidores nos estabelecimentos de restauração e hotelaria poderão ter sido afetados durante o período. Ainda assim, os dados relativos apenas ao vinho não permitem perceber se o desempenho mais fraco se deveu sobretudo a menos visitas, a uma despesa inferior por ocasião ou a uma alteração na escolha de bebidas.

Para as empresas ligadas ao mercado britânico de vinho no canal on-trade, os dados mais recentes dão um sinal misto. A quebra na semana até 31 de outubro foi menos acentuada do que na semana anterior, mas as vendas continuaram abaixo das do período comparável de 2025, e os dados disponíveis não permitem afirmar que a procura de vinho tenha recuperado.