vinetur

A quebra das vendas de vinho e bebidas espirituosas nos EUA abrandou em setembro

Os dados da SipSource mostram que as bebidas espirituosas melhoraram mais em três meses, enquanto o vinho continua penalizado pela perda de distribuição de produtos mais baratos

quarta-feira, 11 de novembro de 2026



O mercado de vinho e bebidas espirituosas dos EUA deu sinais de estabilização em setembro, mas a melhoria foi desigual e não significou um regresso ao crescimento, segundo dados da SipSource divulgados na terça-feira, 10 de novembro, pela Wine & Spirits Wholesalers of America.

Os dados do setor mostram que o volume combinado de vinho e bebidas espirituosas caiu 6,1% nos 12 meses até setembro, enquanto as receitas recuaram 4,9%. Os valores de curto prazo foram ligeiramente melhores. Nos três meses até setembro, o volume diminuiu 4,8% e as receitas caíram 3,7%, sugerindo que o ritmo da contração abrandou, sobretudo no segmento das bebidas espirituosas.

As bebidas espirituosas registaram os sinais mais claros de melhoria. No período mais recente de três meses, o volume caiu 3,1% e as receitas recuaram 3,5%. A WSWA afirmou que categorias como Bourbon, Tequila-Other e U.S. Whiskey-Other estiveram entre os segmentos com tendências em melhoria. As bebidas espirituosas de preço médio também resistiram melhor do que outras partes do mercado. Os produtos com preços entre 20 e 29,99 dólares mostraram maior resiliência, enquanto as garrafas na faixa dos 50 aos 99,99 dólares continuaram sob maior pressão.

Estes padrões de preços sugerem que os consumidores continuam a gastar, mas de forma mais seletiva. A procura pareceu ser mais forte nos produtos em que os compradores identificavam melhor relação qualidade-preço, enquanto os segmentos de preços mais elevados continuaram sob pressão. Esta tendência é relevante para os fornecedores e distribuidores que, nos últimos anos, se tinham apoiado na premiumização para impulsionar as vendas.

O vinho continuou a ficar atrás das bebidas espirituosas e enfrentou problemas mais abrangentes do que apenas a procura. Nos três meses até setembro, o volume de vinho caiu 6,7% e as receitas recuaram 4,2%. A fraqueza foi mais acentuada nos vinhos de preço mais baixo, sobretudo nos produtos abaixo dos 13 dólares. Segundo os dados, os vinhos a partir dos 16 dólares tiveram, em geral, um melhor desempenho.

Alguns segmentos de vinho continuaram a revelar nichos de força. As receitas de Sauvignon Blanc cresceram 5,9% e as de Prosecco aumentaram 4,8%. O Champagne e os espumantes também tiveram um desempenho relativamente melhor em bares e

restaurantes, indicando que as compras associadas a ocasiões especiais e as preferências dos consumidores continuaram a apoiar algumas partes da categoria, apesar do enfraquecimento do mercado em geral.

A WSWA afirmou que as dificuldades do vinho também refletem a redução dos pontos de distribuição, sobretudo no caso dos produtos de preço mais baixo e no canal de consumo no local. Na prática, isto significa que alguns vinhos estão a perder espaço nas prateleiras, presença nas cartas ou disponibilidade, o que dificulta a recuperação da categoria mesmo que a procura dos consumidores estabilize. O problema da distribuição acrescenta um desafio estrutural que, pelo menos por agora, as bebidas espirituosas parecem estar a conseguir gerir melhor.

O desempenho dos canais também apresentou um quadro desigual. O canal de consumo no local, que inclui restaurantes e bares, continuou a superar as vendas no canal de consumo fora do local, como as lojas de bebidas alcoólicas e outros estabelecimentos de retalho, embora ambos permanecessem em terreno negativo. Em setembro, registou-se alguma melhoria nas tendências de escoamento no canal de consumo fora do local, um sinal encorajador, uma vez que este canal continua a representar uma grande parte das vendas totais do setor.

O momento é importante para grossistas, produtores e retalhistas, que estão a preparar a época de vendas de fim de ano, durante a qual as decisões sobre inventário, os planos de preços e a estratégia de distribuição podem ter um impacto desproporcionado nos resultados anuais. Um ritmo de quebra mais lento poderá ajudar as empresas a ajustar as previsões e os níveis de stock para novembro e dezembro, mas os dados mais recentes também sugerem que a redução das perdas não deve ser confundida com uma recuperação mais ampla.

A WSWA afirmou que as comparações poderão tornar-se um pouco mais fáceis no quarto trimestre, uma vez que o setor estará a comparar os resultados com um período particularmente fraco no final de 2025. Ainda assim, o grupo afirmou que o mercado continua a enfrentar uma procura desigual, pressão nos vários escalões de preços e perdas contínuas de distribuição, sobretudo no vinho. Os próximos meses deverão mostrar se a melhoria recente nas bebidas espirituosas e em determinados segmentos de vinho se mantém durante as compras de fim de ano dos consumidores.