vinetur

Procura no Halloween travou a queda das vendas de bebidas espirituosas nos EUA, diz a NielsenIQ

Na semana de 31 de outubro, as vendas atingiram 574,4 milhões de dólares, mais 10,1% do que na semana anterior, após uma queda de 2,0% no período de quatro semanas

quarta-feira, 11 de novembro de 2026



As vendas de bebidas espirituosas nos EUA diminuíram nas quatro semanas terminadas a 31 de outubro, mas a procura associada ao Halloween ajudou a estabilizar o mercado e a atenuar a recente queda da categoria, segundo um relatório da NielsenIQ divulgado

na quarta-feira.

A NielsenIQ afirmou que as vendas em valor de bebidas espirituosas no seu conjunto, excluindo cocktails preparados, caíram 2,0% face ao período homólogo, nas quatro semanas em análise, enquanto o volume recuou 1,7%. A empresa de estudos de mercado referiu que a cautela dos consumidores e as pressões económicas mais amplas explicaram 90% da fraqueza da categoria. Ainda assim, os resultados melhoraram face ao período de análise anterior, à medida que os consumidores aumentaram as compras na aproximação do Halloween e do início da época de convívios festivos.

A semana terminada a 31 de outubro destacou-se claramente no relatório. Segundo a NielsenIQ, as vendas de bebidas espirituosas atingiram 574,4 milhões de dólares nessa semana, mais 10,1% do que na semana anterior. O aumento indica que a procura sazonal ajudou a compensar parte das pressões que têm pesado sobre o negócio nos últimos meses.

O desempenho continuou a variar entre categorias. A tequila foi uma das poucas categorias de grande dimensão a registar ganhos, com as vendas em valor a subirem 1,7% e o volume 6,1% no período de quatro semanas. As bebidas espirituosas sem álcool cresceram ainda mais depressa: as vendas em valor aumentaram 22,7% e o volume 25,6%, tornando-a a categoria com melhor desempenho no relatório.

A vodka, a maior categoria de bebidas espirituosas do país em vendas em muitos canais de retalho, também deu sinais de estabilização. De acordo com a NielsenIQ, as vendas de vodka em valor recuaram 0,4% e o volume caiu 0,7%, ambos resultados melhores do que as tendências recentes. O whiskey continuou a ficar para trás, com uma quebra de 4,9% nas vendas em valor e de 5,2% no volume. A categoria «todas as outras» do relatório, que inclui brandy, conhaque, licores, gin, álcool de cereais e rum, recuou 2,0% em valor e 2,9% em volume.

Entre os fabricantes, a Diageo manteve-se como a empresa com maiores vendas em valor, embora estas tenham caído 6,0% e o volume em caixas tenha diminuído 68 600 caixas no período. A Sazerac ficou em segundo lugar e registou um dos melhores desempenhos entre os principais fornecedores, com as vendas em valor a subirem

5,9% e o volume em caixas a aumentar 79 100 caixas. A Bacardi ocupou o terceiro lugar, com um aumento de 3,5% nas vendas em valor e de 9 800 caixas no volume. A Fifth Generation, fabricante da Tito’s Handmade Vodka, ficou em quarto lugar e cresceu 7,3% em valor, com um aumento de 25 100 caixas no volume. A Suntory Global Spirits completou os cinco primeiros por vendas em valor, embora estas tenham caído 6,2% e o volume tenha diminuído 44 700 caixas.

Ordenada pelo crescimento em valor, e não pela dimensão total, a Sazerac liderou a lista de fabricantes, seguida da Fifth Generation e da Bacardi. A Constellation também se destacou, com um aumento de 17,8% nas vendas em valor e de 7 200 caixas no volume. A Heaven Hill integrou as cinco empresas com maior crescimento, com uma subida de 0,9% nas vendas em valor, apesar de o volume em caixas ter diminuído 12 900 caixas.

Entre as marcas, a Tito’s Vodka manteve o primeiro lugar em vendas em valor e também cresceu, com uma subida de 5,7% nas vendas e de 20 100 caixas no volume. A Crown Royal ficou em segundo lugar por vendas em valor, mas recuou 9,5%, com uma quebra de 19 400 caixas no volume. A Jack Daniel’s ocupou o terceiro lugar e caiu 7,5%, com menos 19 200 caixas no volume. A Don Julio ficou em quarto lugar, com uma queda de 3,0% nas vendas em valor e de 1 500 caixas no volume. A Fireball Whiskey foi a quinta e recuou 6,6% em valor, com menos 24 500 caixas no volume.

Entre as marcas com maior crescimento das vendas em valor, várias ficaram fora das posições cimeiras em termos de dimensão. A Cazadores registou um aumento de 60,0% nas vendas em valor e acrescentou 26 400 caixas. A W.L. Weller cresceu 103,7% em valor, com mais 8 500 caixas no volume. A Lunazul Tequila aumentou 18,9% em valor e 13 900 caixas em volume. A Svedka subiu 17,5% nas vendas em valor e acrescentou 51 400 caixas, juntando-se à Tito’s entre as marcas de vodka que registaram um maior dinamismo no período.

O relatório aponta para um mercado que continua a contrair-se no conjunto, mas onde se destacam focos de procura mais claros na tequila, nas bebidas espirituosas sem álcool e em algumas marcas de vodka, à medida que os retalhistas avançam na época festiva. Os dados da NielsenIQ abrangem as vendas totais de bebidas espirituosas nos EUA, excluindo cocktails preparados, e a categoria «todas as outras» inclui brandy,

conhaque, licores, gin, álcool de cereais e rum.