vinetur

Consumo mundial de vinho tranquilo caiu 4% nos principais mercados no primeiro semestre

Segundo a IWSR, o Prosecco cresceu 3%, enquanto as fortes quebras nos Estados Unidos e na China acentuaram as diferenças entre categorias

quinta-feira, 12 de novembro de 2026



O consumo mundial de vinho tranquilo caiu 4% no primeiro semestre nos 21 principais mercados acompanhados pela IWSR, enquanto o Prosecco cresceu 3%. Os dados evidenciam uma divisão cada vez maior no setor do vinho, à medida que a procura dos consumidores varia consoante a categoria e o país.

Os números, publicados pela IWSR na terça-feira, 10 de novembro, abrangem mercados que representam 76% do consumo mundial de bebidas alcoólicas. No conjunto das bebidas alcoólicas, os volumes totais nesses mercados recuaram 1% face ao mesmo período de 2025. No entanto, o resultado global foi fortemente influenciado pelos Estados Unidos e pela China. Excluindo estes dois países, o consumo total de bebidas alcoólicas no grupo aumentou 1%.

A maior pressão sobre o vinho tranquilo veio dos dois principais focos de dificuldades. Nos Estados Unidos, o consumo total de bebidas alcoólicas caiu 4% entre janeiro e junho, segundo a IWSR. O vinho tranquilo recuou 6%, enquanto a cerveja e as bebidas prontas a consumir registaram ambas uma quebra de 4%. Na China, o mercado global de bebidas alcoólicas diminuiu 3% e o vinho tranquilo caiu 9%. As bebidas espirituosas nacionais chinesas recuaram 12%.

A IWSR afirmou que o abrandamento reflete tanto a pressão económica como a mudança dos hábitos de consumo. Nos Estados Unidos, o mercado tem sido condicionado pela incerteza económica, pelas pressões inflacionistas e pelo impacto das tarifas no poder de compra das famílias. Na China, o crescimento mais fraco, os problemas no setor imobiliário e o envelhecimento da população prejudicaram a procura. O grupo de investigação assinalou também uma tendência mais ampla para a moderação do consumo de álcool, que está a afetar várias categorias em diversos mercados.

Esta moderação não afetou todos os segmentos da mesma forma. O Prosecco foi uma das áreas de crescimento mais evidentes, com o consumo a aumentar 3% nos mercados analisados. A IWSR registou também uma subida de 8% na cerveja sem álcool e um aumento de 4% no whisky indiano. Este contraste sugere que os produtos associados a diferentes ocasiões de consumo, ou a opções com menor teor alcoólico e alternativas, estão a resistir melhor do que o vinho tranquilo tradicional em muitos

mercados.

O aumento do Prosecco mostra também que o crescimento de uma categoria e o desempenho comercial nem sempre evoluem em paralelo. Enquanto a IWSR registou um maior consumo de Prosecco, o instituto italiano de estatística Istat comunicou uma descida de 0,3% nos volumes de exportação de Prosecco DOP no primeiro semestre. Esta diferença aponta para um mercado mais complexo, em que o aumento da procura no retalho ou no canal horeca pode não se traduzir de forma uniforme nas exportações.

Fora dos Estados Unidos e da China, o panorama foi mais misto e, em alguns casos, mais favorável. A Índia registou um aumento de 10% nos volumes totais de bebidas alcoólicas nos primeiros seis meses do ano. O crescimento foi impulsionado pela cerveja tradicional, que subiu 16%, pelas bebidas prontas a consumir, com uma subida de 12%, e pelo whisky indiano, que cresceu 4%. A Colômbia avançou 9%, a África do Sul subiu 5% e o Brasil cresceu 3%, sobretudo graças à cerveja e às bebidas prontas a consumir. O Reino Unido registou um crescimento de 2%, apoiado pela cerveja tradicional, pelas alternativas sem álcool e pelas bebidas prontas a consumir.

A África do Sul destacou-se como um dos poucos mercados onde o vinho tranquilo também cresceu, com uma subida de 3%. O mesmo não aconteceu em todos os mercados de crescimento rápido. Os dados da IWSR indicam que os avanços em países como a Índia, o Brasil e a Colômbia refletem uma expansão do conjunto das bebidas alcoólicas, e não necessariamente uma maior procura de vinho. Para produtores e distribuidores de vinho, esta distinção é importante. Um mercado pode registar um crescimento global sólido e, ainda assim, oferecer um apoio limitado às vendas de vinho tranquilo no curto prazo.

Os resultados do primeiro semestre sugerem também que o mercado mundial de bebidas alcoólicas está a melhorar face a 2025, embora continue em contração. No primeiro semestre de 2025, o consumo total de bebidas alcoólicas nos mercados acompanhados pela IWSR tinha recuado 2% face ao mesmo período de 2024. A quebra de 1% registada este ano traduz um ritmo de contração mais lento. Sete mercados registaram um crescimento dos volumes: Brasil, México, Índia, Reino Unido, África do Sul, Colômbia e Tailândia. Em seis outros, incluindo Itália, França e Alemanha, as

quebras foram menos acentuadas do que no ano anterior. As condições pioraram, contudo, na China, na Rússia, no Canadá, nas Filipinas e nos Países Baixos.

Para o setor das bebidas em geral, as diferenças entre mercados e tipos de produto poderão influenciar a distribuição dos investimentos, dos recursos de marketing e das exportações pelas empresas. O crescimento já não está repartido de forma uniforme pelas categorias de bebidas alcoólicas, e as melhores oportunidades poderão depender menos da dimensão global do mercado do que da evolução das preferências dos consumidores, seja em favor de espumantes, produtos sem álcool, bebidas prontas a consumir ou bebidas espirituosas locais.

A quebra do vinho tranquilo é especialmente importante para os exportadores, uma vez que os Estados Unidos continuam a ser um dos destinos mais importantes para muitos produtores de vinho, enquanto a China permanece um mercado difícil, mas acompanhado de perto na Ásia. Ao mesmo tempo, o melhor desempenho do Prosecco, da cerveja sem álcool e de algumas bebidas espirituosas locais sugere que as ocasiões de consumo estão a mudar: os consumidores mostram-se mais disponíveis para mudar de formato ou reduzir o consumo, em vez de continuarem a comprar os mesmos produtos nas mesmas quantidades.

Os dados da IWSR relativos ao primeiro semestre mostram um mercado mundial que continua sob pressão, mas cuja fraqueza é menos generalizada do que há um ano. A procura de categorias de grande volume, como a cerveja tradicional e o vinho tranquilo, mantém-se fraca em vários países importantes, enquanto segmentos mais específicos continuam a crescer. Para os produtores de vinho, cerveja e bebidas espirituosas, este padrão desigual deverá tornar ainda mais importante o planeamento das vendas país a país e categoria a categoria durante o resto do ano.