vinetur

# RTD à base de cocktails ganharam quota de mercado nos EUA após queda de 8% dos hard seltzers em 2025

A IWSR indicou que o volume total de bebidas alcoólicas prontas a beber recuou 1%, enquanto os cocktails cresceram 17% e os chás alcoólicos 5%

sexta-feira, 13 de novembro de 2026



O mercado norte-americano de bebidas alcoólicas prontas a beber está a afastar-se dos produtos que impulsionaram a sua primeira grande vaga de crescimento. Os cocktails em lata, os long drinks e os chás alcoólicos estão a ganhar quota aos hard seltzers e às bebidas alcoólicas aromatizadas, segundo um novo estudo do setor publicado pela IWSR na quinta-feira, 12 de novembro.

A IWSR, uma empresa de dados e análise do setor das bebidas alcoólicas, indicou que o volume total de RTD nos Estados Unidos recuou -1% em 2025, após vários anos de forte expansão no período pós-pandemia. A queda global, porém, ocultou uma acentuada divergência dentro da categoria. Os hard seltzers, ainda o maior segmento, registaram uma quebra de volume de -8% em 2025, enquanto as bebidas alcoólicas aromatizadas, ou FABs, recuaram -4%. No mesmo período, os cocktails RTD cresceram +17% e os chás alcoólicos aumentaram +5%.

A empresa afirmou que estes resultados divergentes estão a alterar a configuração do mercado e deverão continuar a fazê-lo até 2030. A IWSR prevê que o volume de hard seltzers diminua a uma taxa de crescimento anual composta de -7% entre 2025 e 2030, enquanto as FABs deverão contrair-se a uma CAGR de -3%. Em contrapartida, prevê-se que o segmento mais amplo dos cocktails e long drinks cresça a uma CAGR de +9%, e que os chás alcoólicos aumentem a uma CAGR de +5%.

Esta tendência está a aproximar os RTD à base de cocktails dos principais segmentos da categoria. Susie Goldspink, responsável pelos estudos sobre RTD na IWSR, afirmou que o mercado se aproxima de um ponto em que os cocktails, os hard seltzers e as FABs poderão convergir em dimensão até 2030, alterando as prioridades de investimento das marcas.

«Com os volumes de cocktails, hard seltzers e FABs a convergirem até 2030, o investimento deve ser direcionado para os segmentos que estão a ganhar dinamismo, em vez de se centrar na defesa de quotas históricas», afirmou Goldspink no relatório. «Os consumidores têm demonstrado disponibilidade para pagar mais por produtos premium de que gostam.»

O relatório indicou também que os padrões de inovação estão a mudar. No auge do boom dos hard seltzers, as empresas lançaram um grande número de novos produtos, muitos dos quais não vingaram. Segundo a IWSR, os produtores tornaram-se entretanto mais seletivos e o desenvolvimento de novos produtos abrandou em toda a categoria. Ainda assim, os cocktails e os long drinks continuaram a ser o principal foco dos lançamentos durante a fase de consolidação do mercado.

A inovação nos hard seltzers caiu acentuadamente, refere o relatório, e a inovação nas FABs também mudou, à medida que as empresas redirecionam recursos para nichos com crescimento mais rápido. No entanto, a IWSR afirmou que, mesmo nos cocktails e long drinks, os novos lançamentos já não são a principal fonte de crescimento. O volume de cocktails e long drinks à base de bebidas espirituosas aumentou +53% em 2025, mas apenas 2% desse crescimento teve origem em produtos lançados recentemente. A maior parte dos ganhos, segundo a empresa, veio de marcas que já estavam nas prateleiras.

O relatório apontou os RTD à base de whisky como exemplo de como os produtos premium estão a alterar o desempenho da categoria. O volume total de RTD de whisky caiu -11% em 2025, mas os RTD Whiskey Sour cresceram mais de 1.500% e representam agora 66% de todo o volume de RTD de whisky, segundo a IWSR. Goldspink afirmou que este resultado demonstra que a procura por formatos de cocktail mais premium pode compensar a fraqueza de produtos mais antigos que outrora definiam o segmento.

A IWSR prevê que os RTD de whisky registem uma CAGR de +1% até 2030, um ritmo que a empresa descreveu como essencialmente estável. Por detrás deste valor global estável, porém, a empresa antevê uma procura mais forte por produtos premium ao estilo de cocktails do que por referências tradicionais.

Outra mudança importante diz respeito aos locais onde os consumidores compram e consomem estas bebidas. Os RTD continuam a ser consumidos sobretudo em casa, mas a IWSR afirmou que os bares, restaurantes e outros espaços de consumo no local estão a ganhar importância, especialmente para os RTD à base de bebidas espirituosas.

Segundo o relatório U.S. Spirit-based RTDs 2026 da IWSR, a quota dos RTD à base de bebidas espirituosas consumidos no local aumentou de 6% em 2020 para 16% em 2026. O grupo prevê que chegue aos 19% até 2030. Nesse período, a IWSR projeta que as vendas para consumo no local cresçam a uma CAGR de +12%, face a +5% nos canais de venda para consumo fora do local, como lojas de bebidas alcoólicas, supermercados e lojas de conveniência.

Os dados do inquérito a consumidores incluídos no estudo mais amplo da IWSR, RTDs Strategic Study 2026 USA, revelaram uma tendência semelhante. Em 2026, 47% dos inquiridos afirmaram recordar-se de ter comprado RTD em espaços de consumo no local, contra 37% em 2023.

Goldspink afirmou que esta mudança é importante porque o canal de consumo no local pode ajudar a estabelecer preços premium e alargar a variedade de bebidas espirituosas que os consumidores estão dispostos a experimentar. No retalho, a vodka tem frequentemente dominado os RTD, mas, segundo Goldspink, os RTD de whisky e

gin tendem a ter melhor desempenho em bares e restaurantes, onde os consumidores poderão estar mais dispostos a experimentar ou a pagar por uma bebida mais premium.

«O canal de consumo no local está a crescer duas vezes mais depressa do que o canal de consumo fora do local para os RTD à base de bebidas espirituosas», afirmou Goldspink. «A ativação no canal de consumo no local é o caminho mais rápido para um posicionamento premium. O canal estabelece a referência de preço que acompanha o produto quando este chega ao retalho.»

O estudo destacou também um nicho mais pequeno, mas emergente: RTD que recorrem a elementos associados às bebidas desportivas. A IWSR classifica estes produtos como FABs, mas afirmou que o segmento está a desenvolver uma identidade própria, à medida que os consumidores procuram bebidas que combinem álcool com menos açúcar, ausência de gás, alegações relativas a eletrólitos e sabores «ade» associados às bebidas desportivas.

Para sustentar esta observação, a IWSR citou dados do Food and Drink Signal Map da WGSN, segundo os quais a proporção de publicações nas redes sociais a nível mundial que abordam simultaneamente temas desportivos ou energéticos e álcool mais do que triplicou entre 2018 e 2026, passando de 0,07% para 0,25%. A América do Norte liderou esta tendência, com 0,29%. O número de publicações a nível mundial que mencionavam simultaneamente temas desportivos ou energéticos e álcool entre janeiro e agosto de 2026 aumentou +14% face ao mesmo período de 2024.

A IWSR afirmou que estes sinais apontam para um interesse crescente dos consumidores por produtos que Goldspink descreveu como «diversão e funcionalidade» no segmento das bebidas mais saudáveis. O relatório indicou que uma nova vaga de RTD de vodka está a recorrer a elementos associados às bebidas desportivas para conquistar ocasiões diurnas e informais, um posicionamento distinto do das bebidas alcoólicas gaseificadas de refresco tradicionais.

As conclusões sugerem que a próxima fase do mercado norte-americano de RTD será menos marcada por uma rápida expansão de toda a categoria e mais pela concorrência entre segmentos com diferentes níveis de preço, perfis de sabor e ocasiões de

consumo. Neste contexto, afirmou a IWSR, o crescimento está cada vez mais associado a cocktails premium, a identidades de marca mais difíceis de replicar e a uma presença reforçada em bares e restaurantes, em vez de depender de uma procura generalizada por hard seltzers.