vinetur

Vendas de vinho importado na Alemanha caíram quase 10% no terceiro trimestre

O mercado recuou em valor e volume, enquanto os vinhos nacionais se mostraram claramente mais resilientes

sexta-feira, 13 de novembro de 2026



O mercado vitivinícola alemão contraiu-se no terceiro trimestre de 2026, com os vinhos importados a registarem as perdas mais acentuadas, num contexto de quebra das vendas globais em valor e volume.

A La Semana Vitivinícola noticiou na quinta-feira, 12 de novembro, que a faturação de todo o vinho vendido na Alemanha caiu 4,8% face ao terceiro trimestre de 2025, enquanto o volume de vendas recuou 6,3%. A publicação indicou que os números constam da análise de mercado mais recente sobre as vendas de vinho no país.

A quebra foi consideravelmente mais acentuada no caso do vinho importado. Segundo o relatório, os vinhos importados registaram uma descida de 9% na faturação e uma queda de quase 10% no volume durante o trimestre. Em comparação, os vinhos alemães tiveram um desempenho melhor. A sua faturação manteve-se estável e o volume de vendas recuou 1,7%, uma queda muito menor do que a registada pelos rótulos estrangeiros.

A diferença entre o desempenho dos vinhos nacionais e dos importados destaca-se num mercado que continua a ser importante para as adegas e os distribuidores de bebidas com atividade em toda a Europa. Se esta tendência persistir, os produtores que dependem fortemente da procura alemã poderão enfrentar maior pressão sobre os preços, as promoções e o espaço nas prateleiras. Os importadores e grossistas ligados ao comércio de vinho também poderão sentir os efeitos, à medida que os retalhistas ajustam as compras a um escoamento mais lento.

Os números apontam para um mercado que continua a enfraquecer, em vez de estabilizar. A La Semana Vitivinícola descreveu o mercado alemão do vinho como mantendo uma trajetória negativa ao longo do terceiro trimestre de 2026. Mesmo sem uma análise completa das causas no excerto disponibilizado publicamente, os dados mostram que a pressão não se distribui de forma uniforme pelo setor. O vinho importado está a perder terreno muito mais depressa do que o vinho produzido na Alemanha.

Esta diferença tem relevância comercial, uma vez que as adegas estrangeiras dependem muitas vezes da Alemanha como importante destino de exportação. Uma quebra mais acentuada nas vendas de vinho importado pode traduzir-se em negociações mais difíceis com os distribuidores, maiores exigências promocionais por parte dos retalhistas e mais concorrência por uma despesa dos consumidores limitada. Para as empresas de bebidas com exposição ao vinho, a fraqueza do mercado alemão

poderá tornar-se um sinal de alerta mais amplo para a gestão de stocks e as decisões de preços.

A resiliência relativa do segmento nacional não compensa a quebra mais ampla do consumo refletida nos números trimestrais. A estabilidade da faturação dos vinhos alemães, conjugada com uma queda de 1,7% no volume, sugere também que o mercado continua sob pressão, mesmo onde as perdas foram mais limitadas. Para os produtores estrangeiros, porém, o recuo foi muito mais acentuado, tanto em garrafas vendidas como em receitas.

Os dados do terceiro trimestre vêm reforçar as preocupações dos exportadores à entrada das campanhas de vendas de fim de ano e das negociações de fornecimento para 2027. Se a procura alemã continuar fraca, as adegas estrangeiras poderão ter de se esforçar mais para defender a sua posição num mercado cada vez menos tolerante, sobretudo no caso dos rótulos importados.