vinetur

Quebra das vendas de vinho e bebidas espirituosas nos EUA abranda em setembro

Os dados da SipSource mostram uma estabilização mais rápida das bebidas espirituosas, com o volume de vinho a cair 6,7% e as garrafas de preço mais baixo a perderem distribuição

quarta-feira, 18 de novembro de 2026



O mercado de vinho e bebidas espirituosas dos EUA deu sinais de estabilização em setembro, mas a recuperação continuou desigual, com o vinho ainda sob maior pressão do que as bebidas espirituosas. A Beverage Information Group informou na terça-feira que os dados mais recentes da SipSource, da Wine & Spirits Wholesalers of America, apontavam para um abrandamento do ritmo de queda no conjunto do mercado, embora a procura e a distribuição continuassem a enfraquecer em algumas áreas do negócio do vinho.

Segundo o relatório, o volume conjunto de vinho e bebidas espirituosas caiu 6,1% nos 12 meses terminados em setembro, enquanto as receitas recuaram 4,9%. No período mais recente de três meses, o volume diminuiu 4,8% e as receitas caíram 3,7%. Esta queda mais moderada sugeria que o mercado estava a tornar-se mais estável do que no início do ano, embora nem todas as categorias estivessem a melhorar ao mesmo ritmo.

As bebidas espirituosas apresentaram uma tendência mais firme no curto prazo. Nos três meses até setembro, o volume recuou 3,1% e as receitas diminuíram 3,5%. A SipSource indicou que vários segmentos estavam a ter um desempenho superior ao do mercado em geral, incluindo bourbon, Tequila-Other e U.S. Whiskey-Other. Os dados também revelaram uma clara diferença em função do preço. As bebidas espirituosas com preços entre $20 e $29.99 mostraram maior resiliência, enquanto os produtos na faixa dos $50 aos $99.99 continuaram sob maior pressão.

Este padrão de preços sugere que os consumidores continuam a gastar, mas fazem escolhas mais seletivas quando optam por produtos de gama superior. Para produtores, grossistas e retalhistas, este fator é relevante porque pode afetar os planos de compra, a gestão de inventário e a distribuição de espaço nas prateleiras em todo o setor das bebidas alcoólicas. Um mercado mais estável para as bebidas espirituosas de preço intermédio pode beneficiar algumas marcas, enquanto a persistente fraqueza das garrafas mais caras poderá penalizar os portefólios premium.

O vinho continuou a ser o segmento mais fraco do mercado. A SipSource indicou que o volume de vinho caiu 6,7% no período mais recente de três meses, enquanto as receitas recuaram 4,2%. Ainda assim, dentro desta queda, alguns segmentos resistiram

melhor do que outros. O Sauvignon blanc registou um aumento de 5,9% nas receitas e o prosecco subiu 4,8%, mostrando que a procura dos consumidores se manteve mais resistente num número limitado de castas e ocasiões.

O relatório também identificou uma força relativa do Champagne e dos espumantes no canal on-premise. Este dado sugere que a procura em restaurantes e bares por produtos associados a celebrações e ocasiões especiais resistiu melhor do que a de alguns outros segmentos de vinho. O panorama geral do vinho, contudo, continuou difícil, com os fornecedores a enfrentarem uma procura mais fraca e uma menor disponibilidade de produtos em algumas áreas do mercado.

Os dados de preços revelaram uma divisão crescente dentro da categoria do vinho. Os vinhos com preços inferiores a $13 continuaram a registar quedas acentuadas, enquanto os produtos a $16 ou mais foram, em geral, mais resistentes. Esta divisão é importante para o setor das bebidas, pois poderá influenciar quais as marcas que mantêm a distribuição e quais as que perdem visibilidade no retalho e nos restaurantes. Os vinhos de preço mais baixo dependem frequentemente de uma ampla disponibilidade e de volumes estáveis, pelo que as perdas de distribuição podem agravar a quebra das vendas.

A SipSource afirmou que os pontos de distribuição estavam a diminuir, sobretudo no caso dos vinhos de preço mais baixo e no canal on-premise. Isto significa que alguns produtos estão disponíveis em menos estabelecimentos, acrescentando uma nova fonte de pressão para além da menor procura dos consumidores. Para as adegas e os importadores que dependem de uma ampla distribuição, a perda de pontos de venda poderá dificultar a recuperação, mesmo que as condições gerais do mercado se tornem menos voláteis.

O relatório foi divulgado a 10 de novembro e baseou-se nos resultados de setembro. A Beverage Information Group afirmou que os dados davam algum apoio à ideia de que o mercado está a estabilizar, em vez de melhorar de forma generalizada. Na prática, os números apontam para um mercado de bebidas alcoólicas em que as bebidas espirituosas mostram maior força no curto prazo, enquanto os fornecedores de vinho continuam a enfrentar um contexto mais difícil, marcado pela queda da procura, por uma maior sensibilidade aos preços e por uma redução dos pontos de venda nos

segmentos de preço mais baixo.