vinetur

Vendas de cocktails preparados nos EUA cresceram 4,1% nas últimas quatro semanas

A NielsenIQ afirma que a categoria continua a ser o principal motor de crescimento das bebidas alcoólicas, liderada por uma subida de 22,2% nas bebidas espirituosas prontas a beber.

quarta-feira, 18 de novembro de 2026



Os cocktails preparados continuaram a crescer nos Estados Unidos nas quatro semanas terminadas a 7 de novembro, com os consumidores a manterem as compras de produtos prontos a beber e prontos a servir após o aumento registado no Halloween, segundo o relatório Full View de novembro de 2026 da NielsenIQ.

A NIQ afirmou que as vendas em valor da categoria de cocktails preparados aumentaram 4,1% face ao mesmo período do ano anterior, nas últimas quatro semanas. O volume, que estava sob pressão, voltou a registar um ligeiro crescimento, de 0,1%. A empresa de estudos de mercado afirmou que a procura continuou favorável, embora o ritmo de expansão tenha abrandado ligeiramente face ao período anterior, após vendas mais fortes associadas ao Halloween.

A primeira semana de novembro gerou 260,0 milhões de dólares em vendas da categoria, mas o valor foi 13,7% inferior ao da semana anterior, indicou o relatório. Apesar desta descida no início do mês, a NIQ descreveu os cocktails preparados como a principal fonte de crescimento das bebidas alcoólicas à entrada da época de vendas festivas.

O crescimento não foi uniforme em toda a categoria. Os produtos prontos a beber à base de bebidas espirituosas continuaram a ser o segmento mais forte, com as vendas em valor a subirem 22,2% e o volume a aumentar 25,4%. Os cocktails à base de vinho também melhoraram, com um crescimento de 6,8% nas vendas em valor e de 5,1% no volume. Em contrapartida, as bebidas de malte aromatizadas e os produtos seltzer continuaram a registar descidas, embora menos acentuadas do que nos períodos anteriores: as vendas em valor caíram 3,3% e o volume diminuiu 5,7%.

Esta tendência sugere que os consumidores continuam a optar por produtos promovidos pela sua conveniência e associados a ocasiões de consumo de cocktails, sobretudo nos formatos à base de bebidas espirituosas. A NIQ afirmou que o crescimento continuou concentrado nos produtos prontos a beber, em vez de abranger toda a categoria de cocktails preparados.

Entre os fabricantes, a Mark Anthony Brands continuou a ser o maior vendedor em valor no período mais recente de quatro semanas. As suas vendas em valor aumentaram 1,6%, embora a NIQ tenha indicado uma quebra de 46 700 caixas

vendidas. A Boston Beer ficou em segundo lugar em vendas em valor, com uma descida de 2,0% e menos 272 800 caixas vendidas. A Anheuser-Busch Inc. ocupou o terceiro lugar, com as vendas em valor a subirem 5,9% e mais 45 600 caixas vendidas. Seguiu-se a Sazerac, com um crescimento de 5,9% em valor e mais 43 400 caixas vendidas. A Gallo ficou em quinto lugar, com as vendas em valor a aumentarem 0,1% e menos 13 800 caixas vendidas.

Em termos de taxa de crescimento, a Stateside Brands liderou os fabricantes em ganhos de vendas em valor. Segundo a NIQ, as suas vendas em valor dispararam 116,5% e o número de caixas vendidas aumentou em 441 600. Seguiram-se a Anheuser-Busch e a Sazerac, ambas com um crescimento de 5,9% em valor. A Mark Anthony Brands ficou em quarto lugar neste indicador, e a Moet Hennessy USA ocupou o quinto, com a NIQ a assinalar um aumento de 5 600 caixas, mas sem divulgar um valor comparável para o crescimento das vendas em valor.

Ao nível das marcas, a White Claw continuou a liderar em vendas em valor. A NIQ afirmou que as vendas em valor da White Claw aumentaram 3,0% e que foram vendidas mais 27 300 caixas. A Twisted Tea manteve o segundo lugar, apesar de uma descida de 7,6% nas vendas em valor e de menos 245 200 caixas vendidas. A BuzzBallz ficou em terceiro lugar, com as vendas em valor a subirem 6,4% e mais 32 800 caixas vendidas. A Cutwater Cocktail ocupou o quarto lugar, com uma subida de 12,1% em valor e mais 73 800 caixas vendidas. A Smirnoff ficou em quinto, com as vendas em valor a aumentarem 6,3% e mais 57 400 caixas vendidas.

Entre as marcas com maior crescimento em valor, destacou-se a Surfside Cocktail, com uma subida de 64,1% e mais 240 300 caixas vendidas, segundo a NIQ. A Super Lyte Cocktail ficou em segundo lugar, com um aumento de 201 100 caixas vendidas, embora a NIQ não tenha divulgado um valor comparável para o crescimento em valor. A Sun Cruiser Cocktail ocupou o terceiro lugar, com as vendas em valor a subirem 66,5% e mais 144 200 caixas vendidas. A Cutwater Cocktail e a White Claw também integraram as cinco marcas com maior crescimento em valor.

O relatório da NIQ abrange cocktails preparados vendidos nos canais de retalho dos EUA e inclui produtos prontos a beber e prontos a servir à base de bebidas espirituosas, cocktails à base de vinho, bebidas de malte aromatizadas e seltzers. Os dados mais

recentes mostram que a categoria continua a crescer, mas que o maior dinamismo se concentra nos produtos à base de bebidas espirituosas, enquanto as opções à base de malte e os seltzers continuam a perder terreno.