vinetur

Vendas de uísque acima dos 50 dólares crescem 4% nos EUA

As vendas totais de uísque caíram 5%, mas as garrafas acima dos 50 dólares representaram quase 20% das vendas em valor, com muito menos de 10% do volume

sexta-feira, 20 de novembro de 2026



As marcas de uísque de preço elevado continuam a ganhar terreno nos Estados Unidos, apesar de a categoria em geral continuar a encolher. Na quinta-feira, 19 de novembro, a Shanken News Daily noticiou que as marcas com preços a partir de 50 dólares por garrafa cresceram 4% nos canais monitorizados pela NielsenIQ no ano até 3 de

outubro, enquanto as vendas totais de uísque caíram 5%.

O relatório, que citou a Impact Databank, a NielsenIQ e a Circana, indicou que o mercado de uísque dos Estados Unidos deverá registar a quarta queda anual consecutiva em volume. No entanto, o segmento de gama alta continuou a superar o desempenho do mercado, apesar das tarifas e de um contexto de consumo débil.

Esta evolução é relevante para além do uísque, pois mostra onde as empresas de bebidas ainda poderão encontrar crescimento num mercado pouco dinâmico. Os produtos premium representam uma parcela maior das receitas do que os respetivos volumes em caixas sugerem, uma tendência que poderá influenciar os preços, as dimensões das embalagens e as escolhas de portefólio nos segmentos das bebidas espirituosas e de outras bebidas alcoólicas.

A Impact Databank indicou que os uísques com preços a partir de 50 dólares representam muito menos de 10% do volume total de uísque nos Estados Unidos, mas quase 20% das vendas totais em valor. Por outras palavras, uma parcela relativamente pequena do mercado concentra uma proporção muito maior da despesa.

Nos Estados Unidos, o segmento de gama alta é constituído sobretudo por bourbons vendidos a partir de 50 dólares e por whisky escocês, em especial single malts. A Shanken afirmou que o The Macallan, da Edrington, lidera todos os uísques de gama alta no país em vendas em valor e continua a crescer com a sua expressão principal de 12 anos.

Segundo o relatório, o The Glenlivet, da Pernod Ricard, continua a ser o single malt Scotch mais vendido em volume. A marca tem lançado novas referências, incluindo uma edição Provence na sua série de acabamentos em cascos de 12 anos, vendida por 55 dólares numa garrafa de 750 ml.

No segmento de gama alta do whiskey irlandês, a marca Redbreast, de single pot still e propriedade da Pernod Ricard, também está a crescer em volume, segundo o relatório.

A Sazerac, a maior empresa de comercialização de bebidas espirituosas em volume, continua a ser um dos principais operadores no segmento premium do whiskey americano. A Shanken afirmou que vários dos seus bourbons com preços acima dos 50 dólares registam um forte crescimento de dois dígitos, incluindo W.L. Weller, Blanton's e Colonel E.H. Taylor.

A Sazerac lançou também o Eagle Rare 30, descrito como a edição com indicação de idade mais antiga até à data da Buffalo Trace Distillery. A empresa está agora a lançar a Buffalo Trace Antique Collection de 2026, com várias edições especiais a 155 dólares.

Uma classificação separada de marcas citada pela Shanken mostrou que os principais uísques com preços acima dos 50 dólares por uma garrafa de 750 ml cresceram 14,3% em volume de vendas a retalho nos canais monitorizados pela Circana nas 52 semanas terminadas a 1 de novembro. A lista abrangia 10 marcas de referência que, em conjunto, representaram 2,03 milhões de caixas de 9 litros em volume nos Estados Unidos em 2025.

Dentro desse grupo, Colonel E.H. Taylor registou um crescimento de 85,1% no volume de vendas a retalho, W.L. Weller cresceu 78,1%, Blanton's avançou 32,7% e Eagle Rare aumentou 18,9%. The Macallan e Johnnie Walker Blue cresceram ambos 2,0%, enquanto Redbreast avançou 1,4%. The Glenlivet caiu 3,1%, Angel's Envy recuou 8,4% e Woodford Reserve Double Oaked diminuiu 0,2%.

Os grandes fornecedores continuam a lançar novos produtos neste segmento. Em outubro, a Brown-Forman alargou a gama Woodford Reserve Double Oaked com uma versão de rye, engarrafada com um teor alcoólico de 45,2% e vendida por 55 dólares. Esta nova edição junta-se ao Double Double Oaked Bourbon na gama de gama alta da marca.

A Angel's Envy, propriedade da Bacardi, acrescentou também uma nova expressão à sua Distillery Series: um bourbon straight do Kentucky com acabamento em cascos de stout e de Amburana. A garrafa é vendida por 55 dólares no formato de 375 ml.

Uma das mudanças mais evidentes no mercado é a ascensão das embalagens premium de menor dimensão. A Shanken afirmou que os vinhos e as bebidas espirituosas em formatos reduzidos estão a crescer, à medida que os consumidores lidam com a inflação e com rendimentos disponíveis mais baixos. No segmento do uísque, esta tendência abriu espaço a marcas premium vendidas em garrafas mais pequenas, permitindo aos consumidores gastar menos de uma só vez e, ainda assim, comprar marcas conhecidas.

Esta tendência poderá ter implicações mais amplas para o setor das bebidas, caso as empresas optem por defender os preços premium através de formatos mais pequenos, em vez de reduzirem o preço das garrafas de tamanho normal. Também oferece aos produtores outra forma de se dirigirem a quem procura presentes e a consumidores interessados em compras de luxo para receber convidados ou assinalar ocasiões especiais.

A Diageo é uma das empresas a seguir esta estratégia. A Shanken destacou o Johnnie Walker Blue numa garrafa de 200 ml, a 85 dólares, um formato destinado a consumidores que procuram um produto premium numa compra de menor dimensão.