vinetur

Vendas de vinho no retalho dos EUA caíram 3,6% nas quatro semanas até 14 de novembro

A subida semanal de 2,6% antes das festas não travou a tendência de queda, com o vinho tranquilo a representar a maior parte das perdas

terça-feira, 24 de novembro de 2026



As vendas de vinho no retalho dos EUA registaram uma nova ligeira quebra homóloga nas quatro semanas terminadas a 14 de novembro, apesar de a semana mais recente ter revelado uma recuperação modesta antes da época festiva, segundo dados da NielsenIQ divulgados pela Wine Industry Advisor na segunda-feira, 23 de novembro.

Os dados mostram que as vendas totais de vinho, excluindo cocktails à base de vinho, caíram 3,6% em valor e 5,1% em volume, medido em caixas, face ao ano anterior. Os valores dizem respeito às vendas a retalho monitorizadas nos Estados Unidos e não representam o consumo nacional total.

A quebra foi mais acentuada no vinho tranquilo, que continuou a ser o principal fator de pressão sobre o mercado. As vendas de vinho tranquilo diminuíram 4,5% em valor e 5,7% em volume face ao mesmo período do ano anterior. Em contrapartida, o vinho espumante continuou a registar ganhos, com as vendas a subir 2,4% em valor e 1,4% em volume. O vinho sem álcool, embora continue a ser um segmento mais pequeno, registou o crescimento mais rápido, com uma subida de 18,4% em valor e de 13,7% em volume.

O resultado das últimas quatro semanas representou uma ligeira deterioração face ao período móvel anterior de quatro semanas, terminado a 7 de novembro. Nesse período, as vendas totais de vinho tinham caído 3,4% em valor e 5,0% em volume. Como os períodos se sobrepõem, a comparação não corresponde a dois meses de calendário distintos, mas mostra que o ritmo da queda homóloga se agravou em 0,2 pontos percentuais em valor e 0,1 pontos percentuais em volume.

Ao mesmo tempo, a semana mais recente incluída no relatório apontou para alguma melhoria a curto prazo. Os dados da NielsenIQ indicaram vendas semanais de 389,6 milhões de dólares, acima dos 379,7 milhões de dólares registados na semana comparável do ano anterior. Trata-se de um aumento de 9,9 milhões de dólares, ou 2,6%, com base nos totais publicados e no respetivo arredondamento.

A diferença entre a subida semanal e a tendência mais fraca das quatro semanas sugere que as compras associadas à época festiva poderão estar a impulsionar as vendas a curto prazo, sem alterar a tendência mais ampla de contração da categoria do vinho. Os dados mostram também que os segmentos que continuam a crescer não

têm dimensão suficiente para compensar a fraqueza do mercado no seu conjunto, sobretudo no vinho tranquilo.

A diferença entre as quebras em valor e em volume indica que os consumidores compraram menos caixas do que no ano anterior, enquanto as receitas resistiram um pouco melhor. Mas esta diferença, por si só, não prova a existência de inflação. Alterações na composição das vendas, incluindo uma maior procura por produtos mais caros ou de gama superior, também podem influenciar as vendas em dólares face ao volume físico.

Os dados foram publicados pela Wine Industry Advisor, uma publicação especializada do setor, numa peça de segunda-feira, 23 de novembro, baseada em dados da NielsenIQ. O relatório subjacente da NielsenIQ identifica o período de referência de novembro e a janela estatística de quatro semanas até 14 de novembro. O relatório é amplamente utilizado pelo setor do vinho como indicador do desempenho do retalho, mas abrange os canais de venda a retalho monitorizados, e não todos os locais onde os norte-americanos compram ou consomem vinho.

Esta distinção é importante para interpretar os números. O relatório não apresenta o panorama nacional completo e não inclui as bases absolutas de quatro semanas nem os totais acumulados no ano necessários para calcular as perdas totais do mercado em valor ou em caixas durante o período. O que apresenta é uma análise detalhada do desempenho dos principais segmentos do negócio de vinho a retalho, à medida que o setor entra numa época de vendas importante, com o vinho espumante e o vinho sem álcool ainda a crescer, enquanto a categoria no seu conjunto continua a encolher.