
pitagórica
s.a.
investigação e estudos de mercado
wines of portugal
Estudo sobre o consumo de vinho em Portugal

O NOSSO PAPEL

pitagórica s.a.
investigação e estudos de mercado

Não somos especialistas em vinho.

Somos especialistas em ouvir e medir

NÓS

Ouvir

1.000 portugueses: os que bebem, os que bebem menos, os que deixaram e os que nunca beberam.

NÓS

Diagnosticar

Os sintomas: o que mudou no consumo de vinho, em quem e porquê.

VOCÊS

Tratar

Associação, marcas, distribuição e restauração: escolher o tratamento e aplicá-lo.

O nosso papel é o diagnóstico.
O tratamento é o vosso.

Quatro perguntas, mil portugueses a responder

O QUE QUISEMOS SABER

1. **Como se bebe vinho hoje em Portugal?**
2. **O consumo está a mudar? Em que sentido e em que momentos?**
3. **Porque é que se bebe menos?**
4. **Porque é que se deixa de beber vinho, ou nunca se começa?**

COMO OUVIMOS

- **1.000 entrevistas**
- **Residentes com 18 e mais anos,** Continente e Regiões Autónomas
- **CAWI:** amostra distribuída por sexo, idade e região (NUTS II)
- **Trabalho de campo:** 23 de outubro a 1 de novembro de 2026
- **Margem de erro teórica:**
  - **Total da amostra** +/- 3,2 % (IC 95,5%)
  - Bebem vinho +/- 3,6 % (IC 95,5%)
  - Reduziram +/- 5,1 % (IC 95,5%)
  - Ex-consumidores +/- 8,5 % (IC 95,5%)
  - Nunca beberam +/- 12,0 % (IC 95,5%)

A FOTOGRAFIA DE PARTIDA

79% bebem vinho

14% já beberam e deixaram

7% nunca beberam vinho



02 Hábitos atuais de consumo de vinho

Frequência, ocasiões, quantidade e compra

Quatro em cada cinco portugueses bebem vinho; quase metade fá-lo pelo menos uma vez por semana

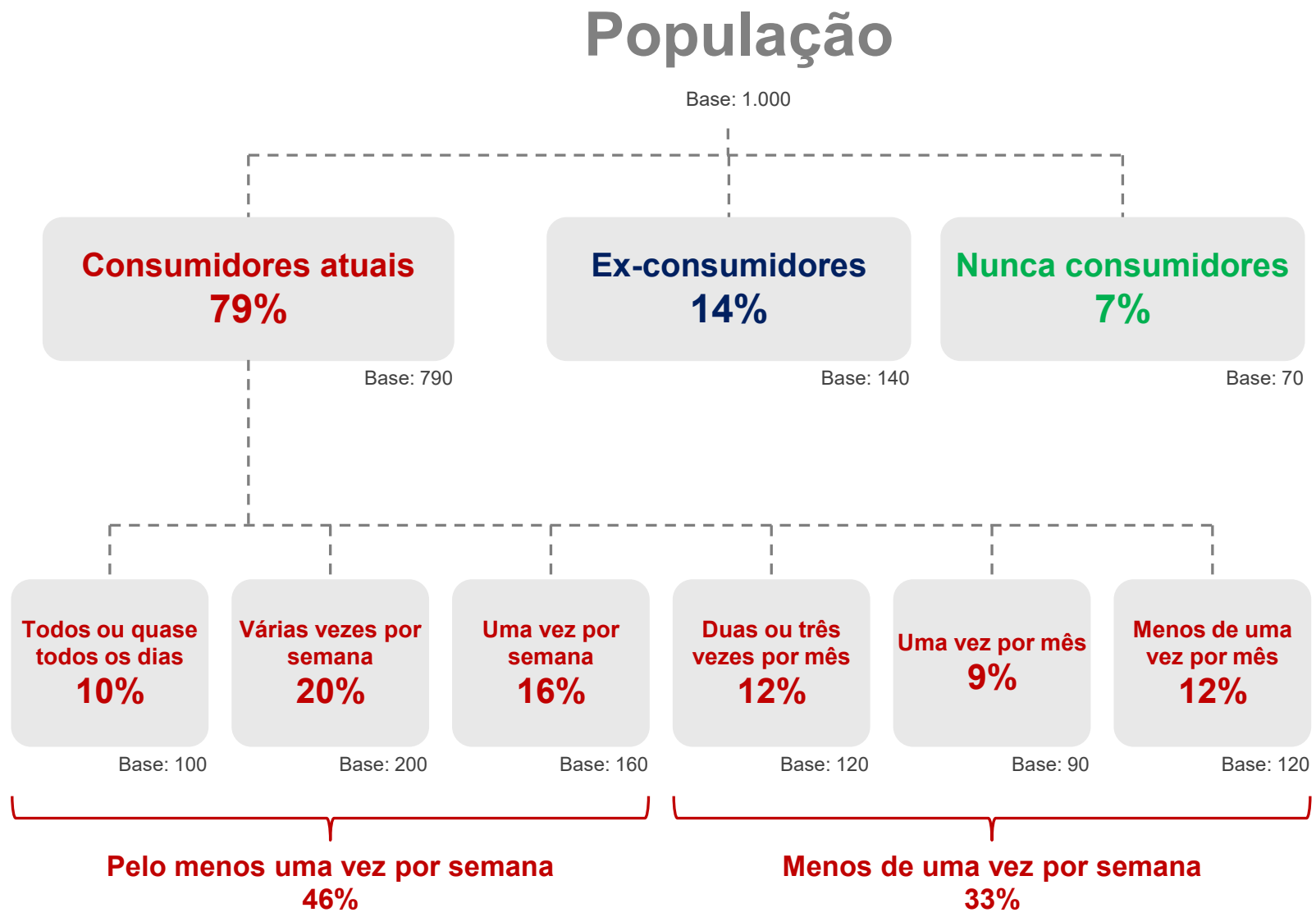
79%

são consumidores atuais de vinho; 46% bebem pelo menos uma vez por semana e 10% todos ou quase todos os dias.

NOS CRUZAMENTOS

57% vs 17%

dos 65+ e dos 18-24 anos bebem vinho todas as semanas. Nos homens são 55%, nas mulheres 38%.



"Com que frequência costuma beber vinho, mesmo que seja apenas um copo?" · Base: 1.000 inquiridos · Resposta única

O consumo frequente cresce com a idade e é mais masculino; os 18-24 anos concentram ex e nunca consumidores

	n	Diário	Semanal	Mensal	< 1 vez por mês	Ex-consu-midor	Nunca bebeu
Total	1000	**10**	**36**	**21**	**12**	**14**	**7**
GÉNERO							
Homem	471	13	42	20	**8**	12	5
Mulher	529	8	30	22	16	16	9
IDADE							
18-24	122	**1**	**16**	**32**	11	**24**	**16**
25-34	122	4	35	20	15	12	13
35-44	156	5	35	24	12	21	4
45-54	173	8	42	21	11	12	6
55-64	159	11	**44**	**16**	16	**9**	**3**
65+	268	**20**	37	17	10	10	5
CLASSE SOCIAL							
A/B	234	10	42	23	12	**9**	**3**
C1	317	10	38	24	11	12	5
C2/D	449	10	31	17	13	18	10

	n	Diário	Semanal	Mensal	< 1 vez por mês	Ex-consu-midor	Nunca bebeu
Total	1000	**10**	**36**	**21**	**12**	**14**	**7**
REGIÃO							
Norte	349	10	38	19	13	12	9
Centro	160	14	37	17	9	18	6
Oeste e Vale do Tejo	56	13	34	18	14	16	5
Grande Lisboa	196	10	36	27	8	12	8
Península de Setúbal	77	8	29	27	18	14	4
Sul e Ilhas	162	7	34	20	16	17	6

Valor mais alto da coluna Valor mais baixo da coluna

Seis em cada dez dos que já beberam vinho fizeram-no na última semana

59%

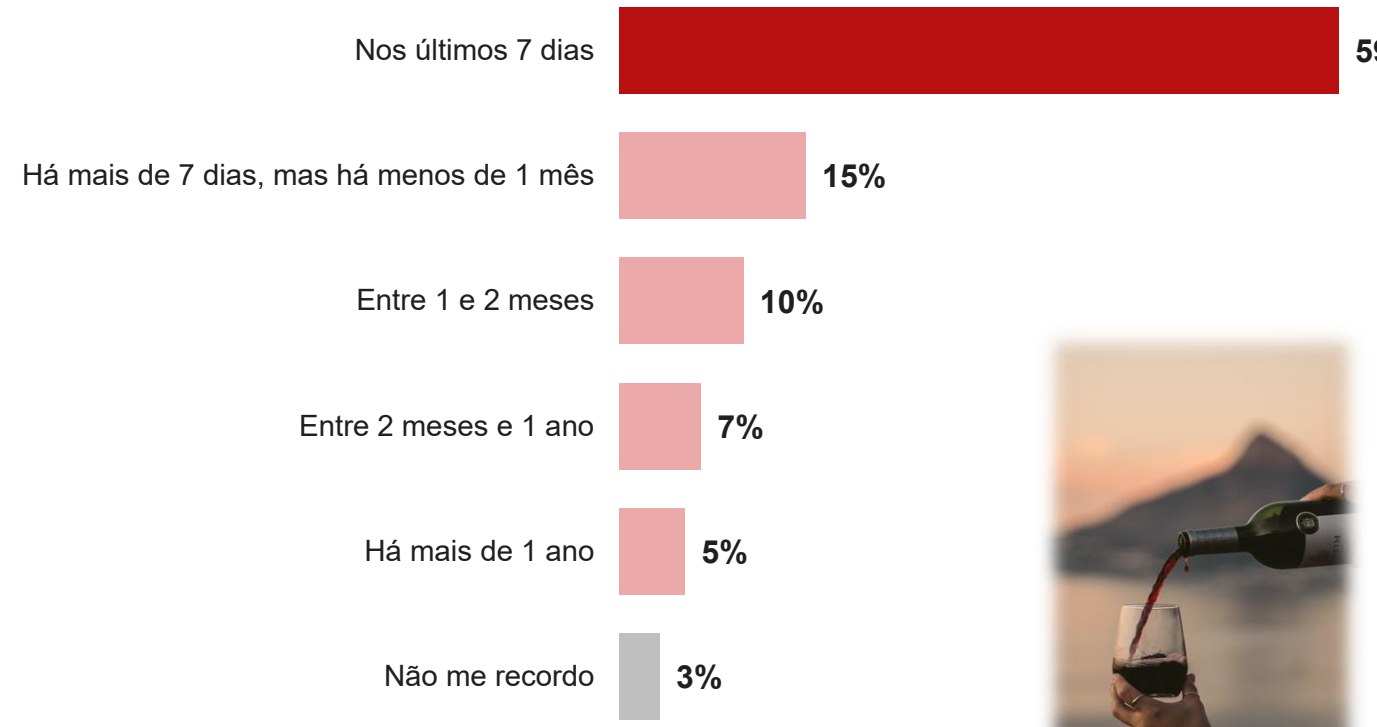
dos que já beberam vinho beberam nos últimos 7 dias; 74% no último mês.

NOS CRUZAMENTOS

69% vs 50%

dos homens e das mulheres beberam vinho na última semana. Nos 18-24 anos são 31%.

ÚLTIMO CONSUMO



"Quando foi a última vez que bebeu vinho, mesmo que tenha sido apenas um copo?" · Base: 930 que já beberam vinho · Resposta única

O consumo recente é mais alto entre homens, 45+ e classe A/B; os 18-24 anos bebem com menos regularidade

	n	Últimos 7 dias	7 dias a 1 mês	1 a 2 meses	2 meses a 1 ano	Mais de 1 ano	Não recorda
Total	930	**59**	**15**	**10**	**7**	**5**	**3**
GÉNERO							
Homem	446	**69**	12	8	4	5	2
Mulher	484	50	18	12	10	6	5
IDADE							
18-24	103	**31**	24	**21**	**13**	**9**	2
25-34	106	51	**25**	13	5	3	4
35-44	150	57	17	8	8	7	3
45-54	163	67	12	**6**	9	4	2
55-64	154	63	12	12	6	6	2
65+	254	68	11	7	4	4	6
CLASSE SOCIAL							
A/B	226	68	15	9	3	2	4
C1	302	61	16	10	7	4	3
C2/D	402	53	15	11	9	8	3

	n	Últimos 7 dias	7 dias a 1 mês	1 a 2 meses	2 meses a 1 ano	Mais de 1 ano	Não recorda
Total	930	**59**	**15**	**10**	**7**	**5**	**3**
REGIÃO							
Norte	319	62	17	9	5	5	2
Centro	150	58	**10**	11	10	7	4
Oeste e Vale do Tejo	53	51	**25**	8	**2**	**9**	6
Grande Lisboa	181	61	14	11	4	5	4
Península de Setúbal	74	53	19	9	11	**1**	7
Sul e Ilhas	153	58	14	11	8	5	3

Valor mais alto da coluna Valor mais baixo da coluna

O vinho é sobretudo social: sete em cada dez bebem em refeições ou convívios com família e amigos em casa

71%

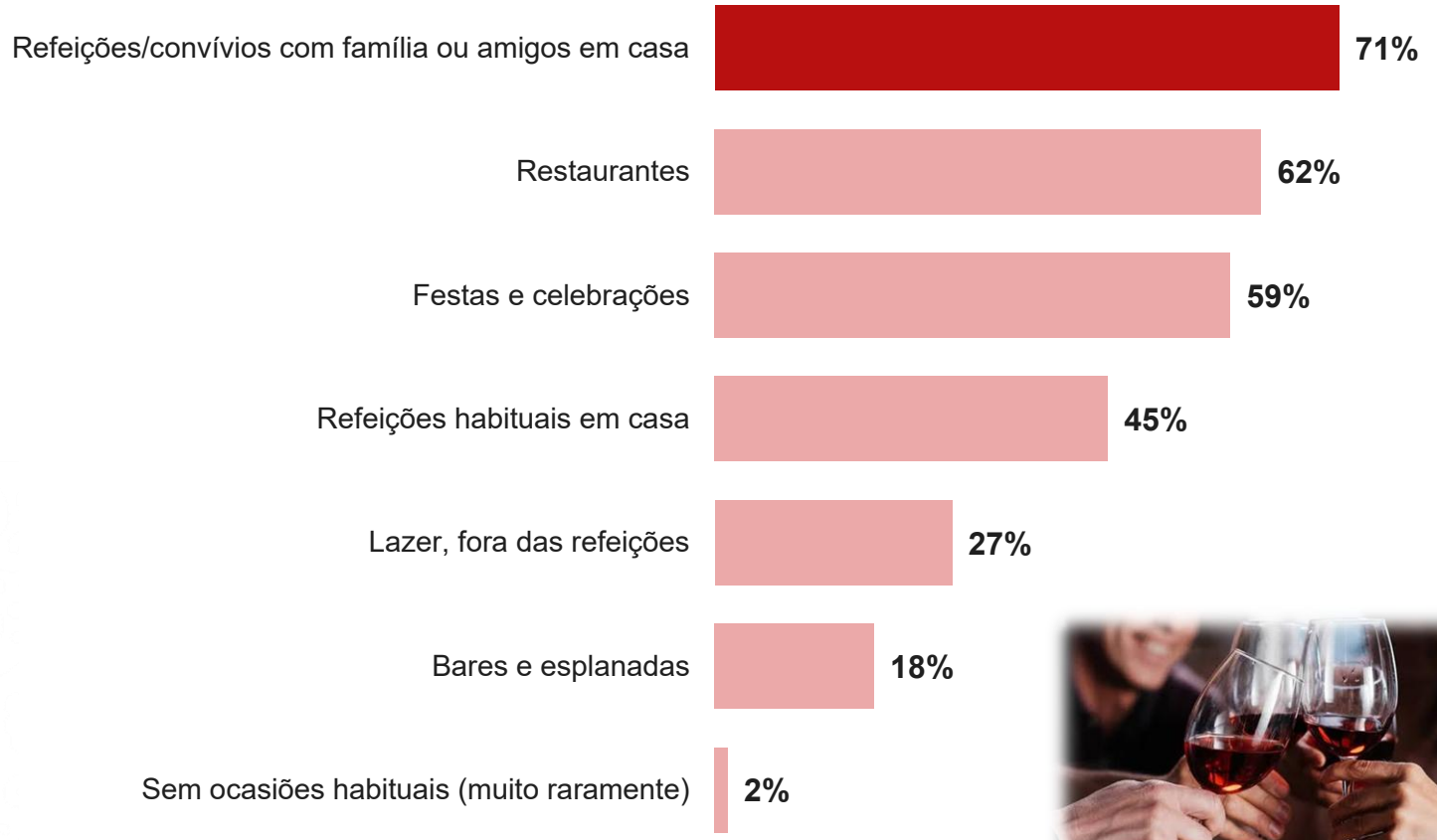
bebem em refeições ou convívios com família ou amigos em casa; 62% em restaurantes e 59% em festas.

NOS CRUZAMENTOS

54% vs 23%

dos 65+ e dos 18-24 anos bebem nas refeições habituais em casa. Os mais jovens preferem bares (27%) e lazer (35%).

OCASIÕES DE CONSUMO



Outras ocasiões referidas espontaneamente: 0,3%.

"Em que ocasiões costuma beber vinho?" · Base: 790 consumidores · Resposta múltipla

As refeições do dia a dia em casa distinguem os consumidores diários; os menores de 35 anos bebem mais em bares e esplanadas

	n	Dia a dia em casa	Restau-rantes	Família/ amigos	Bares	Festas	Lazer	Rara-mente
Total	790	**45**	**62**	**71**	**18**	**59**	**27**	**2**
GÉNERO								
Homem	390	54	69	74	17	56	26	1
Mulher	400	36	56	69	19	62	28	2
IDADE								
18-24	74	23	45	**59**	27	53	35	1
25-34	91	33	53	64	**31**	53	29	3
35-44	118	36	64	75	25	64	**39**	3
45-54	142	49	68	71	11	58	35	1
55-64	139	53	68	76	17	58	24	1
65+	226	54	64	73	12	62	15	1
CLASSE SOCIAL								
A/B	205	44	66	78	20	**68**	28	0
C1	264	44	64	74	22	61	30	2
C2/D	321	46	59	65	14	**51**	24	2

	n	Dia a dia em casa	Restau-rantes	Família/ amigos	Bares	Festas	Lazer	Rara-mente
Total	790	**45**	**62**	**71**	**18**	**59**	**27**	**2**
REGIÃO								
Norte	278	43	63	69	21	58	29	0
Centro	122	52	64	70	16	60	27	4
Oeste e Vale do Tejo	44	43	61	73	14	57	14	0
Grande Lisboa	158	45	65	78	19	66	29	3
Península de Setúbal	63	32	52	70	16	**51**	22	3
Sul e Ilhas	125	50	62	70	16	55	28	1
FREQUÊNCIA DE CONSUMO								
Diário	100	**91**	68	73	22	53	26	1
Semanal	359	60	**74**	**79**	20	63	32	0
Mensal	209	19	56	64	22	57	29	1
Menos frequente	122	**7**	**34**	60	**5**	55	**11**	6

Valor mais alto da coluna Valor mais baixo da coluna

EM CASA OU FORA

Seis em cada dez consumidores bebem vinho sobretudo em casa

59%

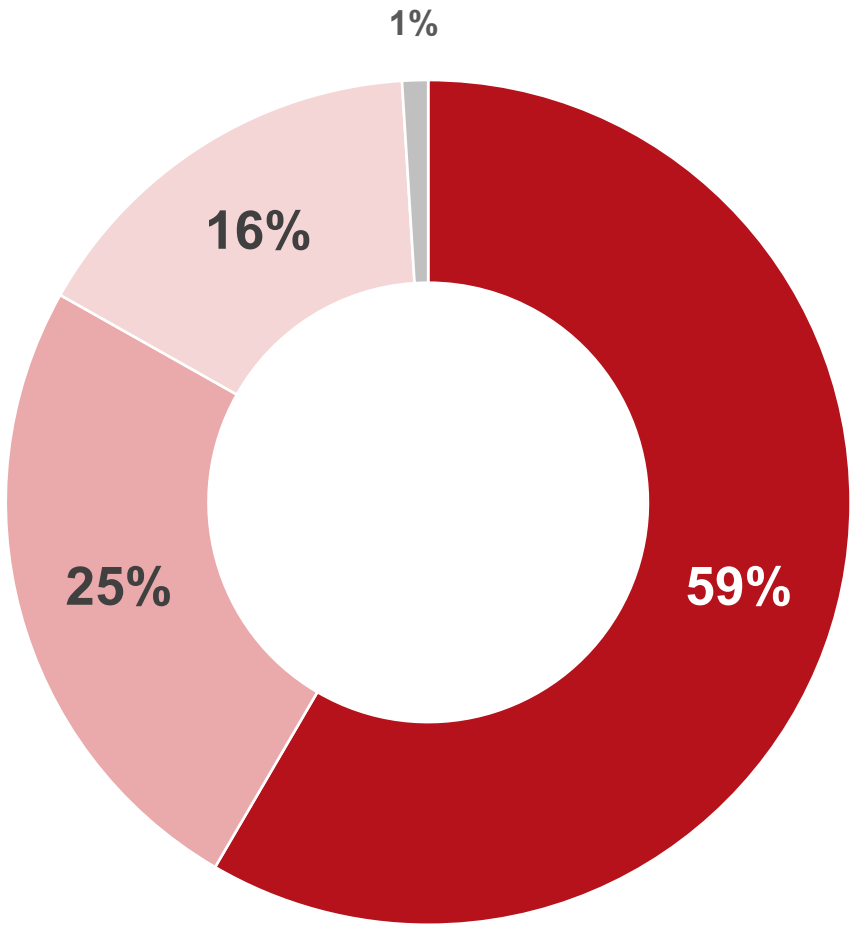
bebem vinho mais frequentemente em casa (incluindo casa de familiares e amigos); 25% fora de casa.

NOS CRUZAMENTOS

47%

dos 18-24 anos bebem sobretudo fora de casa, quase o dobro do total. Nos consumidores diários são só 3%.

LOCAL DE CONSUMO



"Pensando nas ocasiões em que bebe vinho, diria que costuma beber mais frequentemente…?" · Base: 790 consumidores · Resposta única

Os mais jovens e os consumidores mensais bebem mais fora de casa; os consumidores diários bebem em casa

	n	Em casa	Fora de casa	Ambos	NS/NR
Total	790	**59**	**25**	**16**	**1**
GÉNERO					
Homem	390	62	21	16	1
Mulher	400	56	28	15	1
IDADE					
18-24	74	**36**	**47**	16	0
25-34	91	55	26	16	2
35-44	118	58	26	14	1
45-54	142	67	16	16	1
55-64	139	60	24	14	1
65+	226	62	21	16	1
CLASSE SOCIAL					
A/B	205	54	26	19	0
C1	264	56	30	14	0
C2/D	321	64	19	15	2

	n	Em casa	Fora de casa	Ambos	NS/NR
Total	790	**59**	**25**	**16**	**1**
REGIÃO					
Norte	278	61	26	13	0
Centro	122	62	17	18	2
Oeste e Vale do Tejo	44	50	25	**25**	0
Grande Lisboa	158	51	31	17	1
Península de Setúbal	63	67	24	**10**	0
Sul e Ilhas	125	61	22	16	2
FREQUÊNCIA DE CONSUMO					
Diário	100	**76**	**3**	20	1
Semanal	359	65	20	15	0
Mensal	209	46	38	15	1
Menos frequente	122	49	33	14	4

Valor mais alto da coluna Valor mais baixo da coluna

QUANTIDADE POR OCASIÃO

Dois copos são a quantidade mais frequente; quatro em cada dez bebem até um copo por ocasião

37%

bebem dois copos numa ocasião; 32% um copo e 8% menos de um copo.

NOS CRUZAMENTOS

23% vs 7%

dos 25-34 anos e dos 65+ bebem três ou mais copos por ocasião (15% no total).



"Quando bebe vinho, qual é a quantidade que costuma beber numa ocasião?" · Base: 790 consumidores · Resposta única

QUANTIDADE POR OCASIÃO · CRUZAMENTOS

Os 65+ e os consumidores menos frequentes ficam-se pelo copo; os 25-34 anos são os que bebem mais por ocasião

	n	Menos de 1 copo	1 copo	2 copos	3 ou mais	Varia muito	NS/NR
Total	790	**8**	**32**	**37**	**15**	**8**	**0**
GÉNERO							
Homem	390	6	28	39	18	8	1
Mulher	400	11	36	35	11	8	0
IDADE							
18-24	74	5	28	41	19	7	0
25-34	91	**4**	26	38	**23**	7	1
35-44	118	7	**23**	42	17	**10**	1
45-54	142	5	27	41	19	8	1
55-64	139	9	35	36	12	9	0
65+	226	13	42	31	7	6	0
CLASSE SOCIAL							
A/B	205	8	34	36	16	5	0
C1	264	8	25	44	17	6	0
C2/D	321	9	36	32	12	**10**	1

	n	Menos de 1 copo	1 copo	2 copos	3 ou mais	Varia muito	NS/NR
Total	790	**8**	**32**	**37**	**15**	**8**	**0**
REGIÃO							
Norte	278	8	31	39	13	9	0
Centro	122	10	31	32	16	**10**	2
Oeste e Vale do Tejo	44	7	36	45	11	**0**	0
Grande Lisboa	158	5	35	35	18	7	0
Península de Setúbal	63	10	37	32	17	5	0
Sul e Ilhas	125	11	29	40	12	7	1
FREQUÊNCIA DE CONSUMO							
Diário	100	10	**23**	**47**	15	5	0
Semanal	359	6	31	36	17	9	0
Mensal	209	5	31	41	15	7	0
Menos frequente	122	**17**	**46**	**25**	**6**	5	2

Valor mais alto da coluna Valor mais baixo da coluna

O supermercado domina a compra: quase nove em cada dez compram vinho em super ou hipermercados

88%

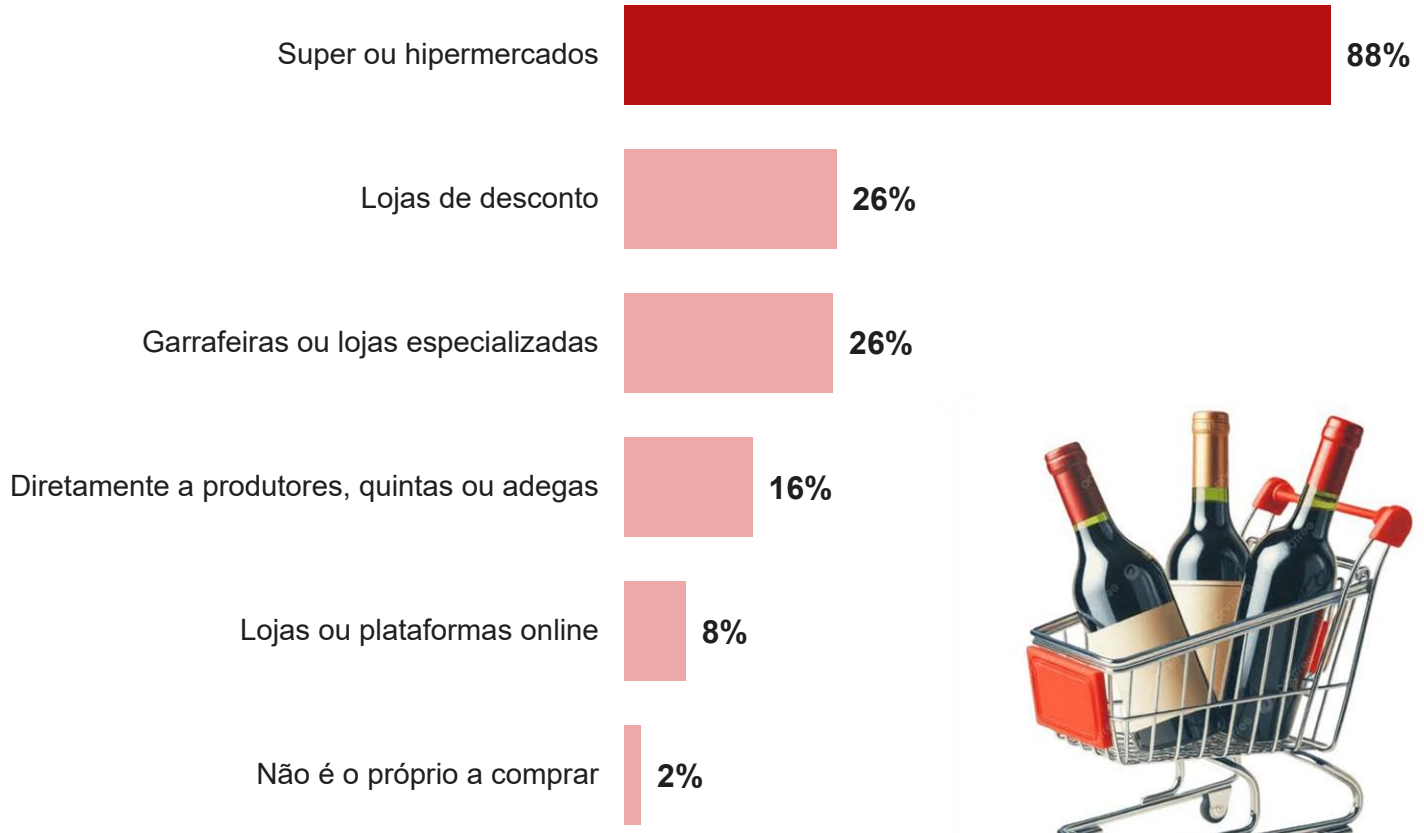
compram vinho em super ou hipermercados; 26% em lojas de desconto e 26% em garrafeiras.

NOS CRUZAMENTOS

38% vs 18%

da classe A/B e da classe C2/D compram em garrafeiras. O online chega aos 18% nos 25-34 anos.

LOCAL DE COMPRA



"Onde costuma comprar o vinho que consome em casa?" · Base: 659 consumidores que bebem vinho em casa · Resposta múltipla

FORMATO DE COMPRA

A garrafa de 75 cl é o formato de eleição; o bag-in-box chega a um em cada cinco compradores

86%

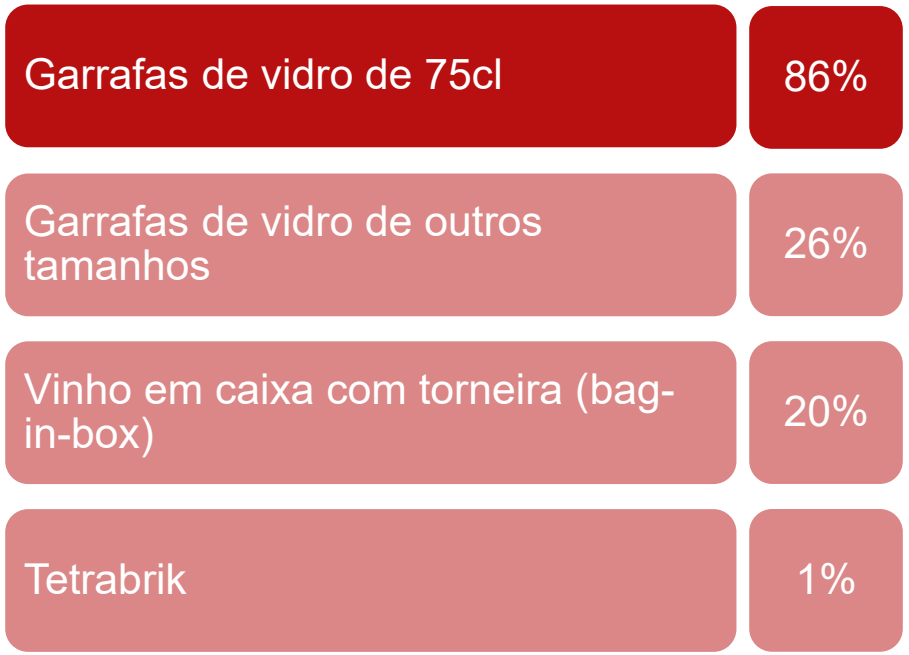
compram garrafas de 75 cl; 26% garrafas de outros tamanhos e 20% bag-in-box.

NOS CRUZAMENTOS

51%

dos consumidores diários compram bag-in-box, contra 8% dos mensais. Nos 65+ são 28%.

FORMATO DE COMPRA



"Em que formatos costuma comprar vinho para consumir em casa?" · Base: 645 que compram vinho para casa · Resposta múltipla



03 Evolução do consumo de vinho

Comparação com há 12 meses: situações, substituição, preço e saldo

A redução concentra-se nas refeições em casa, nos restaurantes e nos bares; os convívios e as festas resistem

44%

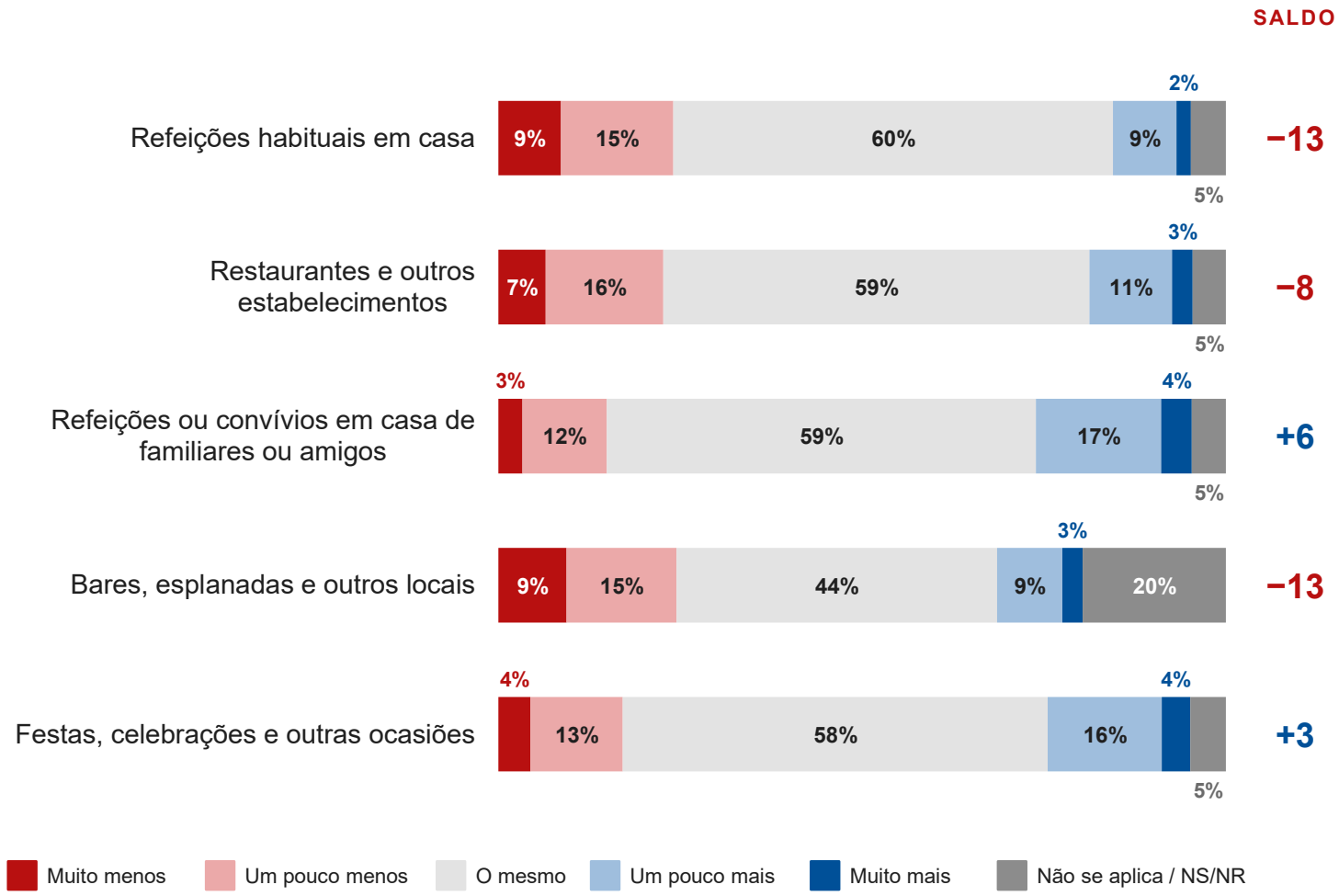
bebem menos vinho em pelo menos uma das cinco situações do que há 12 meses.

NOS CRUZAMENTOS

+35 vs −9

é o saldo nos convívios com família e amigos entre os 18-24 anos e os 65+. Os 65+ têm saldo negativo em todas as situações.

EVOLUÇÃO POR SITUAÇÃO



Saldo = % que bebe mais − % que bebe menos, em pontos percentuais.

"Comparando com há 12 meses, diga-nos se atualmente bebe mais vinho, menos vinho ou aproximadamente a mesma quantidade em cada uma das seguintes situações." · Base: 790 consumidores · Resposta única por situação

EVOLUÇÃO POR SITUAÇÃO · CRUZAMENTOS

Os menores de 35 anos bebem mais em convívios e festas; os 65+, a classe C2/D e os consumidores menos frequentes bebem menos em todas as situações

	n	Refeições em casa	Restau-rantes	Casa de familiares/ amigos	Bares e esplanadas	Festas e celebra-ções
Total	790	**−13**	**−8**	**+6**	**−13**	**+3**
GÉNERO						
Homem	390	−10	−8	**+6**	−11	+1
Mulher	400	−16	−9	**+7**	−15	**+4**
IDADE						
18-24	74	−24	+9	**+35**	**+15**	**+24**
25-34	91	+1	**+15**	+33	0	+14
35-44	118	−14	−10	+12	−14	+1
45-54	142	−9	−8	+7	−13	+6
55-64	139	−14	−8	−6	−23	−2
65+	226	−18	**−24**	−9	−19	−8
CLASSE SOCIAL						
A/B	205	−3	−3	+12	−7	+6
C1	264	−15	−5	+14	−11	+4
C2/D	321	−18	−15	−3	−18	−1

	n	Refeições em casa	Restau-rantes	Casa de familiares/ amigos	Bares e esplanadas	Festas e celebra-ções
Total	790	**−13**	**−8**	**+6**	**−13**	**+3**
REGIÃO						
Norte	278	−15	−7	+11	−11	+6
Centro	122	−9	−10	+1	−20	−3
Oeste e Vale do Tejo	44	−7	−20	−9	**−30**	−9
Grande Lisboa	158	−14	−9	+8	−8	+11
Península de Setúbal	63	−10	−6	+6	−11	−10
Sul e Ilhas	125	−18	−7	+5	−9	0
FREQUÊNCIA DE CONSUMO						
Diário	100	**+13**	−4	+11	−9	+11
Semanal	359	−9	−5	+9	−12	+5
Mensal	209	**−27**	−9	+10	−11	+3
Menos frequente	122	−25	−20	**−11**	−22	**−11**

Valor mais alto da coluna Valor mais baixo da coluna

REDUÇÃO DO CONSUMO

Mais de quatro em cada dez consumidores reduziram o consumo de vinho em alguma situação colocada a teste

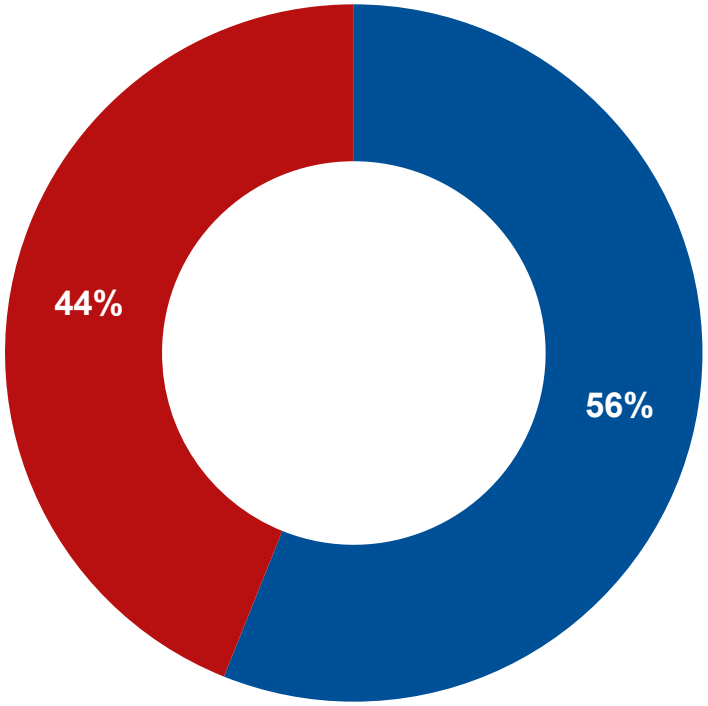
44%

bebem menos vinho do que há 12 meses em pelo menos uma situação; 56% não reduziram em nenhuma.

NOS CRUZAMENTOS

61% vs 25%

dos 18-24 anos e dos consumidores diários reduziram o consumo de vinho.



44% Reduziu o consumo de vinho

56% Não reduziu o consumo

"Comparando com há 12 meses, diga-nos se atualmente bebe mais vinho, menos vinho ou aproximadamente a mesma quantidade em cada uma das seguintes situações." · Base: 790 consumidores · "Reduziu" = bebe menos em pelo menos uma das cinco situações

A redução atinge 61% dos 18-24 anos e só 25% dos consumidores diários; a classe C2/D reduz mais do que a A/B

	n	Reduziu	Não reduziu
Total	790	**44**	**56**
GÉNERO			
Homem	390	44	56
Mulher	400	44	56
IDADE			
18-24	74	**61**	**39**
25-34	91	42	58
35-44	118	47	53
45-54	142	42	58
55-64	139	38	62
65+	226	43	57
CLASSE SOCIAL			
A/B	205	39	61
C1	264	43	57
C2/D	321	48	52

	n	Reduziu	Não reduziu
Total	790	**44**	**56**
REGIÃO			
Norte	278	44	56
Centro	122	39	61
Oeste e Vale do Tejo	44	48	52
Grande Lisboa	158	47	53
Península de Setúbal	63	44	56
Sul e Ilhas	125	44	56
FREQUÊNCIA DE CONSUMO			
Diário	100	**25**	**75**
Semanal	359	42	58
Mensal	209	55	45
Menos frequente	122	47	53

Valor mais alto da coluna Valor mais baixo da coluna

Quem reduziu fê-lo de três formas quase equivalentes: menos vezes, menos ocasiões ou menos quantidade

38%

continuam a ter as mesmas ocasiões, mas bebem vinho menos vezes; 37% passaram a ter menos ocasiões e 29% bebem menos de cada vez.

NOS CRUZAMENTOS

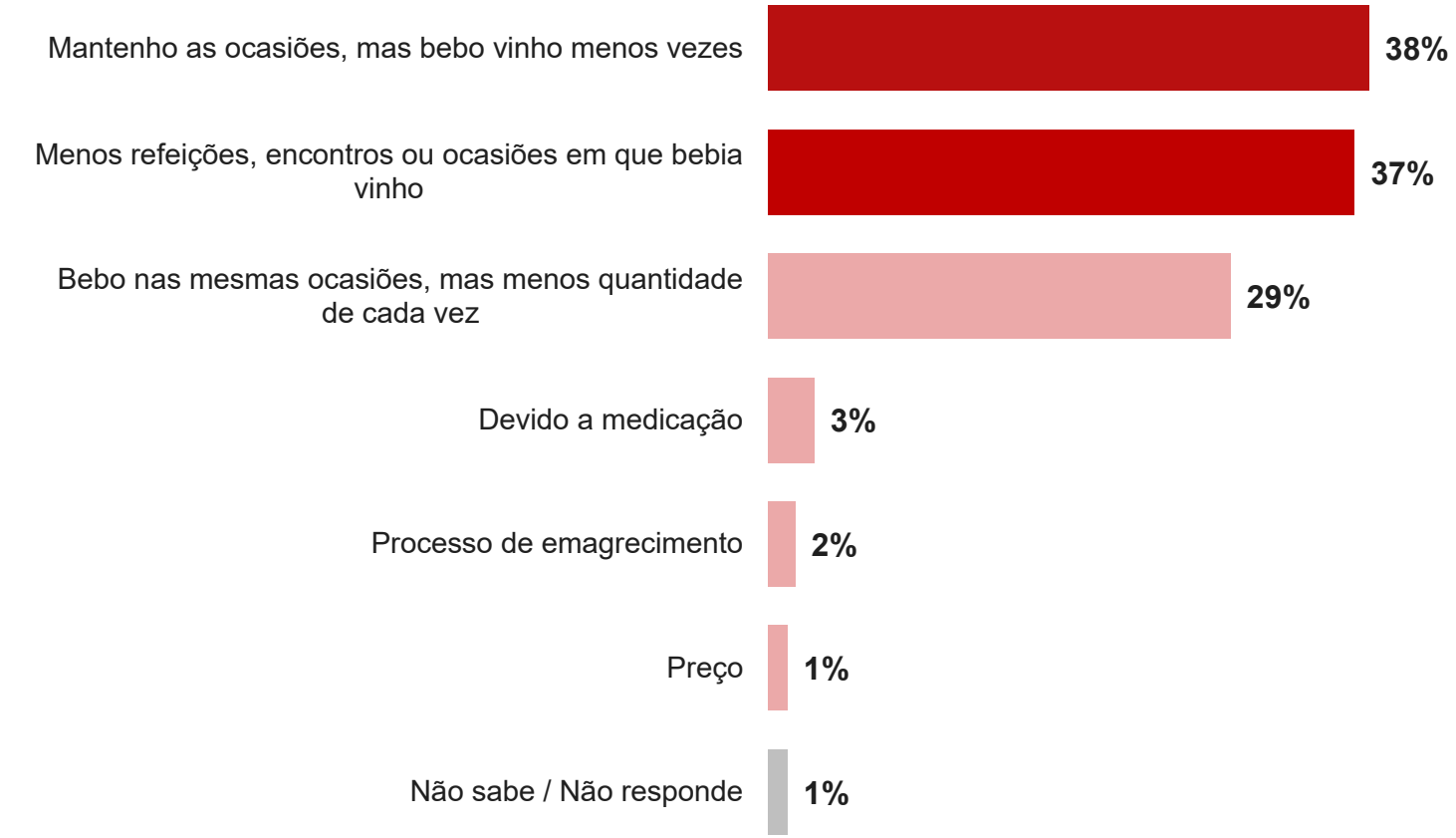
43% vs 32%

dos homens e das mulheres bebem vinho menos vezes. Nas mulheres pesa mais a perda de ocasiões (41%).

O QUE MUDOU NOS HÁBITOS

44%

Reduziram o consumo de vinho



"Indicou que passou a beber menos vinho em algumas situações. Pensando nessas situações, o que mudou nos seus hábitos?" · Base: 347 que passaram a beber menos em pelo menos uma situação · Resposta múltipla

A perda de ocasiões é sobretudo financeira: menos dinheiro disponível e saídas mais caras

40%

têm menos dinheiro disponível para refeições fora ou convívios; 37% dizem que restaurantes, bares e saídas ficaram mais caros.

TAMBÉM EM DESTAQUE

29%

preferem ficar em casa ou fazer outras atividades; 25% dizem que familiares e amigos organizam menos encontros.

37%

Passaram a ter menos ocasiões para consumir vinho

MENOS OCASIÕES DE CONSUMO



"Disse que passou a ter menos refeições, encontros ou ocasiões em que habitualmente bebia vinho. Porque é que isso aconteceu?" · Base: 128 que passaram a ter menos ocasiões · Resposta múltipla

Sem cruzamentos: base reduzida na maioria dos segmentos.

SUBSTITUIÇÃO DO VINHO

Seis em cada dez dos que passaram a beber menos vezes ou menos quantidade trocaram o vinho por outras bebidas

60%

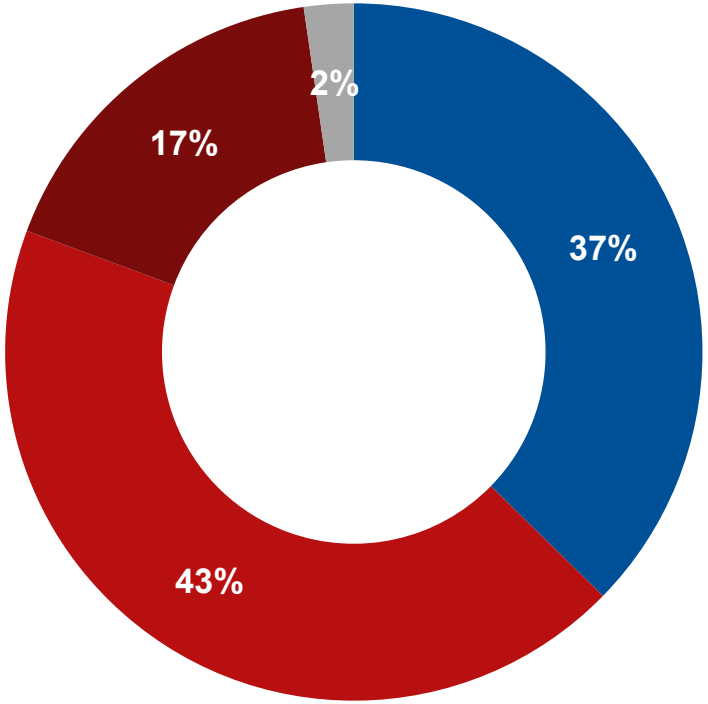
passaram a beber outras bebidas em vez de vinho: 43% em algumas ocasiões e 17% em todas ou quase todas.

NOS CRUZAMENTOS

74% vs 52%

dos 18-24 anos e dos 65+ substituíram o vinho. Na classe C2/D são 67%.

63% dos que reduziram o consumo de vinho em pelo menos uma situação



37% Não substituiu o vinho

43% Sim, em algumas ocasiões

17% Sim, em todas ou quase todas as ocasiões

2% Não sabe / Não responde

"Nas ocasiões em que passou a beber menos vinho, passou a beber outras bebidas em vez de vinho?" · Base: 217 que bebem vinho menos vezes ou em menor quantidade · Resposta única

A substituição é maior entre os mais novos, na classe C2/D e nos consumidores menos frequentes; os 65+ e a classe A/B mantêm mais o vinho

	n	Não substituiu	Sim, em algumas	Sim, em todas ou quase	NS/NR	Total Sim
Total	217	**37**	**43**	**17**	**2**	**60**
GÉNERO						
Homem	120	37	42	20	1	62
Mulher	97	38	44	13	4	58
IDADE						
18-24	31	26	45	**29**	0	74
25-34	*21*	*29*	*67*	*5*	*0*	*71*
35-44	35	43	46	11	0	57
45-54	40	32	48	15	5	62
55-64	*28*	*36*	*36*	*21*	*7*	*57*
65+	62	47	34	18	2	52
CLASSE SOCIAL						
A/B	55	45	29	24	2	53
C1	63	41	48	**10**	2	57
C2/D	99	30	48	18	3	67

	n	Não substituiu	Sim, em algumas	Sim, em todas ou quase	NS/NR	Total Sim
Total	217	**37**	**43**	**17**	**2**	**60**
REGIÃO						
Norte	78	35	50	14	1	64
Centro	30	**57**	27	13	3	**40**
Oeste e Vale do Tejo	*17*	*35*	*53*	*12*	*0*	*65*
Grande Lisboa	44	45	**25**	23	7	48
Península de Setúbal	*20*	*30*	*50*	*20*	*0*	*70*
Sul e Ilhas	*28*	*18*	*61*	*21*	*0*	*82*
FREQUÊNCIA DE CONSUMO						
Diário	*15*	*53*	*47*	*0*	*0*	*47*
Semanal	101	42	39	16	4	54
Mensal	67	37	43	18	1	61
Menos frequente	34	**18**	**56**	26	0	**82**

Valor mais alto da coluna Valor mais baixo da coluna

Refrigerantes e cerveja são os principais substitutos do vinho, a par da água

42%

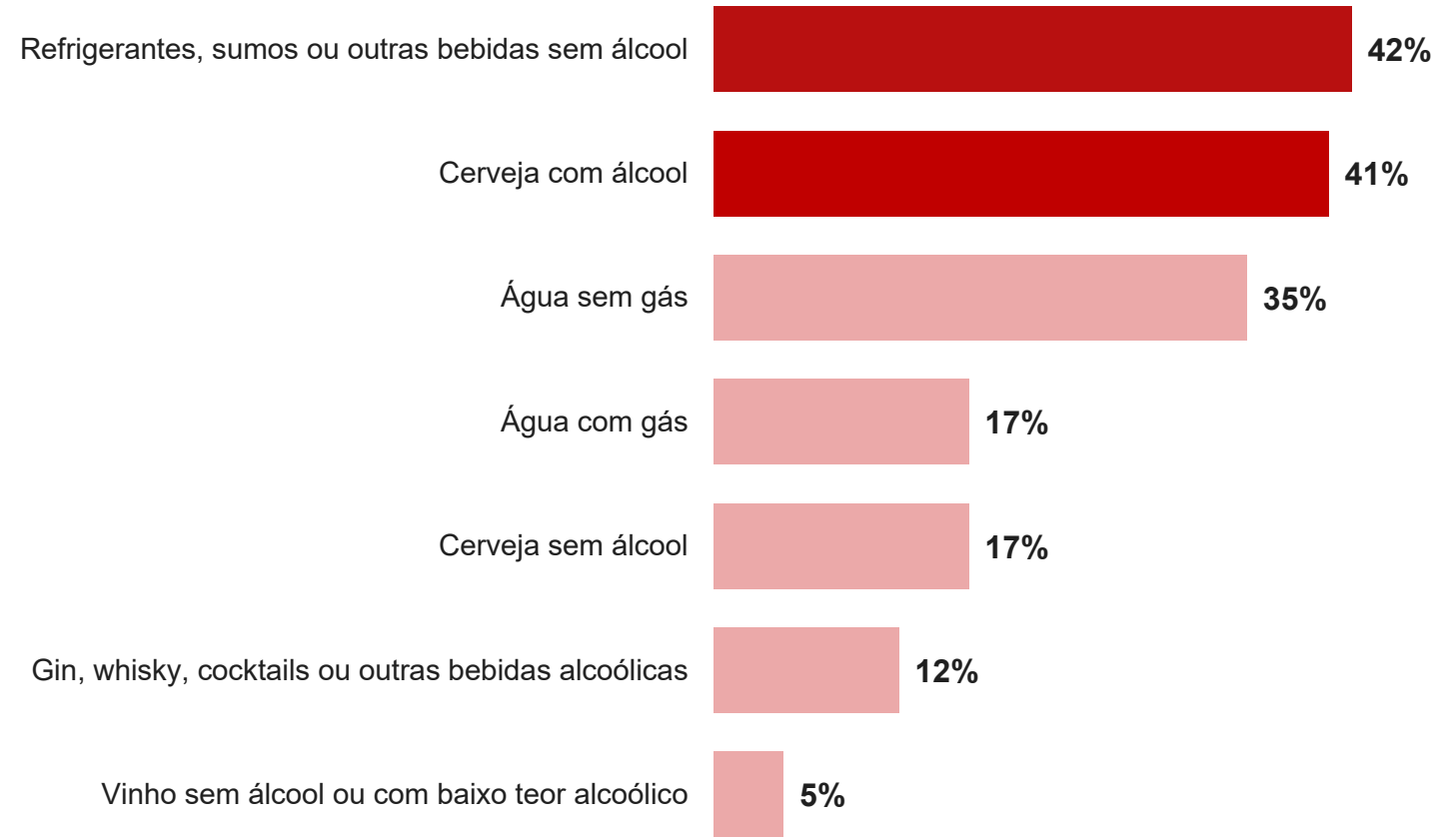
passaram a beber refrigerantes, sumos ou outras bebidas sem álcool; 41% cerveja com álcool e 35% água sem gás.

TAMBÉM EM DESTAQUE

5%

passaram a beber vinho sem álcool ou com baixo teor alcoólico.

BEBIDAS DE SUBSTITUIÇÃO



Sem cruzamentos: base reduzida na maioria dos segmentos.

"Que bebidas passou a beber em vez de vinho?" · Base: 131 que substituíram o vinho por outras bebidas · Resposta múltipla

O preço do vinho é visto a subir, sobretudo na restauração

65%

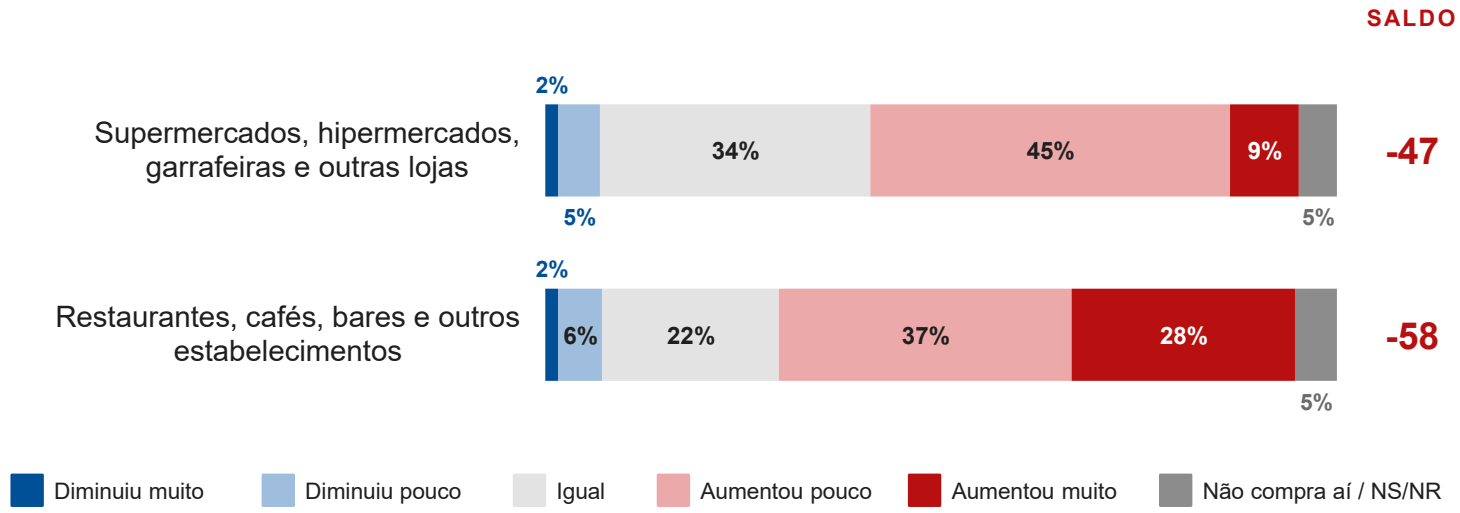
consideram que o preço do vinho aumentou em restaurantes, cafés e bares; 54% nas lojas, para consumo em casa.

NOS CRUZAMENTOS

71% vs 57%

no Norte e na Grande Lisboa consideram que o preço aumentou na restauração.

EVOLUÇÃO DO PREÇO



Saldo = % diminuiu - % aumentou , em pontos percentuais.

"Pensando no preço do vinho, como considera que evoluiu nos últimos 12 meses em cada um dos seguintes locais?" · Base: 790 consumidores · Resposta única por local

EVOLUÇÃO GLOBAL

Um em cada três consumidores bebe hoje menos vinho do que há um ano; o saldo é de −20 pontos

32%

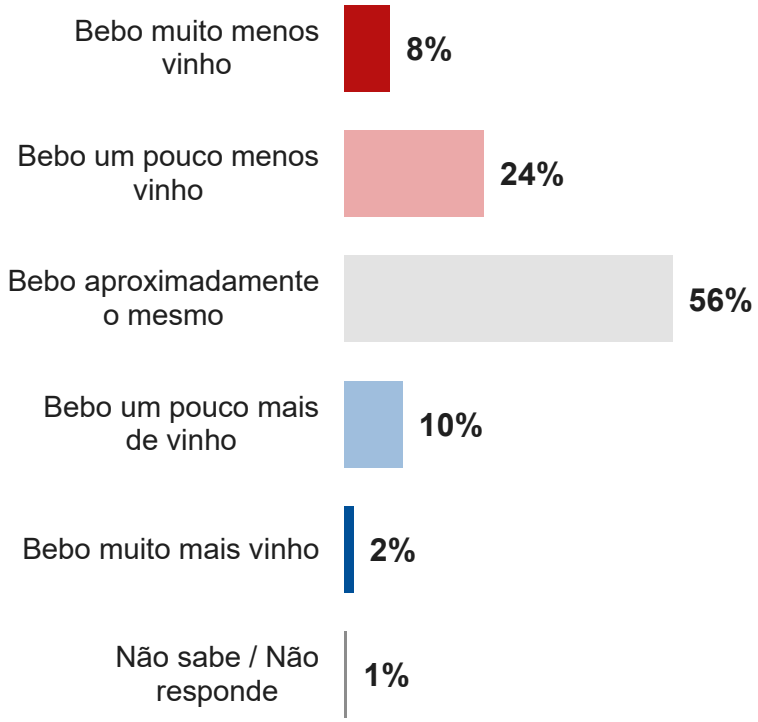
bebem menos vinho do que há 12 meses (8% muito menos); 12% bebem mais e 56% o mesmo.

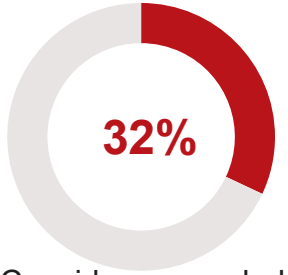
NOS CRUZAMENTOS

−35 vs −1

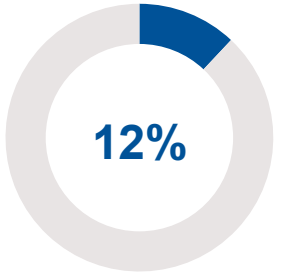
é o saldo nos consumidores menos frequentes e nos diários. Nos 65+ chega a −32.

EVOLUÇÃO GLOBAL





Consideram que bebem **Menos / Muito menos**



Consideram que bebem **Mais / Muito mais**

SALDO (MAIS − MENOS)

−20 p.p.

Saldo = % bebe mais − % bebe menos, em pontos percentuais.

"De uma forma global, comparando com há 12 meses, considera que atualmente bebe menos vinho, mais vinho ou aproximadamente a mesma quantidade?" · Base: 790 consumidores · Resposta única

EVOLUÇÃO GLOBAL · CRUZAMENTOS

A redução é mais marcada nos 65+, na classe C2/D, na Península de Setúbal e nos consumidores menos frequentes; os 25-34 anos estão quase em equilíbrio

	n	Muito menos	Um pouco menos	O mesmo	Um pouco mais	Muito mais	NS/NR	Saldo
Total	790	**8**	**24**	**56**	**10**	**2**	**1**	**−20**
GÉNERO								
Homem	390	6	25	56	12	1	1	−18
Mulher	400	10	23	56	8	2	0	−22
IDADE								
18-24	74	8	31	**38**	**22**	1	0	−16
25-34	91	5	25	42	20	7	1	−4
35-44	118	5	23	60	9	2	1	−17
45-54	142	4	25	59	11	1	1	−18
55-64	139	10	15	67	6	1	1	−18
65+	226	11	27	57	**5**	0	0	−32
CLASSE SOCIAL								
A/B	205	4	23	60	11	1	0	−15
C1	264	9	22	54	13	2	0	−16
C2/D	321	10	26	55	7	2	1	−27

	n	Muito menos	Um pouco menos	O mesmo	Um pouco mais	Muito mais	NS/NR	Saldo
Total	790	**8**	**24**	**56**	**10**	**2**	**1**	**−20**
REGIÃO								
Norte	278	7	23	58	10	1	0	−18
Centro	122	7	23	58	10	1	2	−19
Oeste e Vale do Tejo	44	9	20	61	9	0	0	−20
Grande Lisboa	158	7	24	57	9	3	1	−20
Península de Setúbal	63	11	**35**	**38**	11	5	0	−30
Sul e Ilhas	125	10	22	55	10	1	1	−22
FREQUÊNCIA DE CONSUMO								
Diário	100	**1**	**11**	**76**	10	1	1	**−1**
Semanal	359	4	24	58	11	3	0	−14
Mensal	209	12	29	48	10	1	0	−30
Menos frequente	122	**17**	25	48	7	0	2	**−35**

Valor mais alto da coluna Valor mais baixo da coluna

Quem bebe mais aponta o gosto, a preferência pelo vinho e a melhor relação qualidade/preço

33%

passaram a gostar mais de vinho ou a apreciar melhor os vinhos; 30% preferem-no a outras bebidas e 29% encontram melhor relação qualidade/preço.

TAMBÉM EM DESTAQUE

27%

têm mais refeições, encontros ou ocasiões; 26% convivem com pessoas que passaram a beber mais vinho.

RAZÕES PARA BEBER MAIS

12%

Consideram que bebem Mais / Muito mais



Terminar uma dieta: resposta espontânea. Sem cruzamentos: base reduzida na maioria dos segmentos.

"Quais são as principais razões pelas quais passou a beber mais vinho nos últimos 12 meses?" · Base: 92 que bebem mais vinho do que há 12 meses · Resposta múltipla



04 Motivos da redução do consumo

Razões para beber menos vinho

RAZÕES AGRUPADAS POR TEMA

Seis em cada dez reduziram por razões de saúde, bem-estar ou estilo de vida; três em cada dez por razões económicas

61%

invocam razões de saúde, bem-estar ou estilo de vida; 30% o preço do vinho ou a falta de dinheiro.

NOS CRUZAMENTOS

28% vs 15%

dos homens e das mulheres invocam a condução. O preço pesa mais nos 35-44 anos (40%).

32% dos que bebem menos ou muito menos vinho do que há 12 meses

RAZÕES DA REDUÇÃO · SEGMENTAÇÃO POR TEMA

61%
Saúde, bem-estar e estilo de vida

30%
Preço e dinheiro

22%
Condução e fiscalização

22%
Moderar o álcool em geral

14%
Menos gosto ou preferência por outras bebidas

11%
Convívio: outros bebem menos

"Quais são as principais razões pelas quais passou a beber menos vinho?" (razões agrupadas por tema) · Base: 386 que reduziram o consumo de vinho · Resposta múltipla

A saúde e o bem-estar lideram as razões da redução e são também a razão principal mais citada

27%

bebem menos porque se preocupam mais com a saúde e o bem-estar; para 18% é mesmo a razão principal.

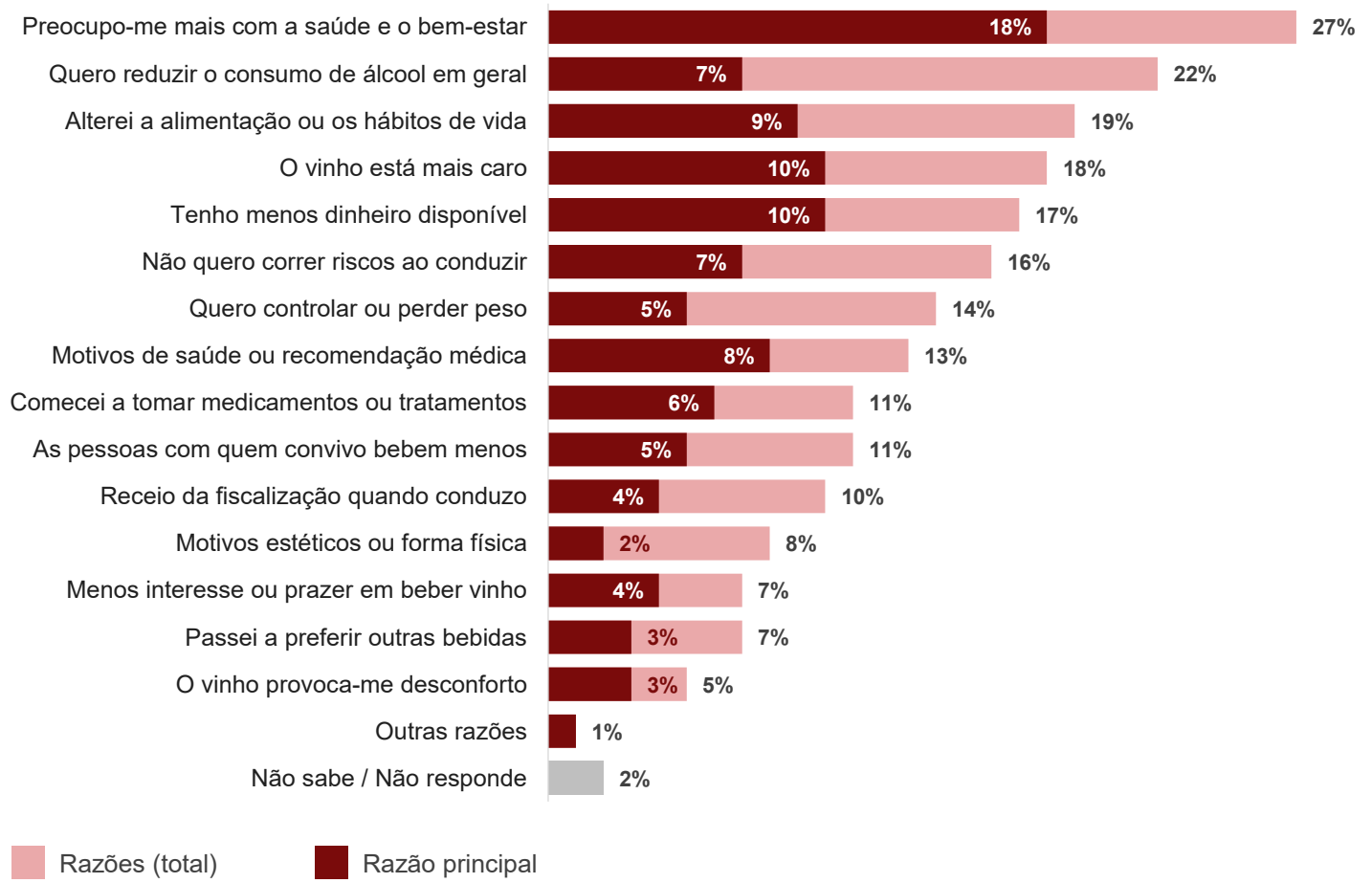
TAMBÉM EM DESTAQUE

18% e 17%

apontam o vinho mais caro e ter menos dinheiro; juntas, são a razão principal de 20%.

RAZÕES DA REDUÇÃO

32% consideram que bebem menos ou muito menos



"Quais são as principais razões pelas quais passou a beber menos vinho?" / "E de todas as razões que indicou, qual foi a mais importante?"
· Base: 386 que reduziram o consumo (razões, resposta múltipla) · 378 que indicaram pelo menos uma razão (razão principal, resposta única)

RAZÕES AGRUPADAS POR TEMA · CRUZAMENTOS

A saúde pesa mais nos 65+, na classe A/B e na Península de Setúbal; o preço nos 35-44 anos; a condução nos homens; os menores de 35 anos apontam mais a perda de gosto

	n	Saúde e estilo de vida	Preço e dinheiro	Condu-ção	Moderar o álcool	Menos gosto/ outras bebidas	Convívio
Total	386	**61**	**30**	**22**	**22**	**14**	**11**
GÉNERO							
Homem	185	63	28	28	25	14	11
Mulher	201	59	32	15	18	14	10
IDADE							
18-24	49	61	**22**	**12**	12	22	16
25-34	45	56	29	22	**11**	**27**	**18**
35-44	58	62	**40**	28	22	**9**	12
45-54	67	58	28	28	25	13	9
55-64	58	57	28	19	21	10	14
65+	109	67	31	19	28	**9**	4
CLASSE SOCIAL							
A/B	90	67	**22**	23	**32**	16	6
C1	123	64	31	19	15	13	16
C2/D	173	56	34	23	20	13	9

	n	Saúde e estilo de vida	Preço e dinheiro	Condu-ção	Moderar o álcool	Menos gosto/ outras bebidas	Convívio
Total	386	**61**	**30**	**22**	**22**	**14**	**11**
REGIÃO							
Norte	136	60	35	21	18	11	8
Centro	51	61	25	27	27	16	16
Oeste e Vale do Tejo	*22*	*68*	*18*	*27*	*36*	*9*	*14*
Grande Lisboa	81	64	26	16	14	16	16
Península de Setúbal	35	**69**	26	**29**	31	17	**3**
Sul e Ilhas	61	**54**	34	18	23	15	8
FREQUÊNCIA DE CONSUMO							
Diário	*28*	*75*	*32*	*43*	*25*	*7*	*4*
Semanal	168	60	35	21	27	11	10
Mensal	124	60	27	18	16	13	14
Menos frequente	66	61	23	20	15	24	11

Valor mais alto da coluna Valor mais baixo da coluna

A redução não é só do vinho:

Cerca de 3 em cada 4 também reduziram ou abandonaram o consumo de outras bebidas alcoólicas

77%

reduziram também outras bebidas alcoólicas: 60% passaram a beber menos e 17% deixaram de as consumir.

NOS CRUZAMENTOS

93% vs 65%

dos 45-54 anos e dos 65+ reduziram também outras bebidas alcoólicas. Nos 65+, 30% não costumam beber outras.

REDUÇÃO DE OUTRAS BEBIDAS ALCOÓLICAS

32% consideram que bebem menos ou muito menos



"Esta redução aconteceu apenas com o vinho ou também passou a beber menos outras bebidas alcoólicas?" · Base: 386 que reduziram o consumo de vinho · Resposta única

Entre quem reduziu por medicação, metade refere medicamentos para a ansiedade, depressão ou sono

50%

referem medicamentos para a ansiedade, depressão ou problemas de sono; outros 50% outros medicamentos ou tratamentos.

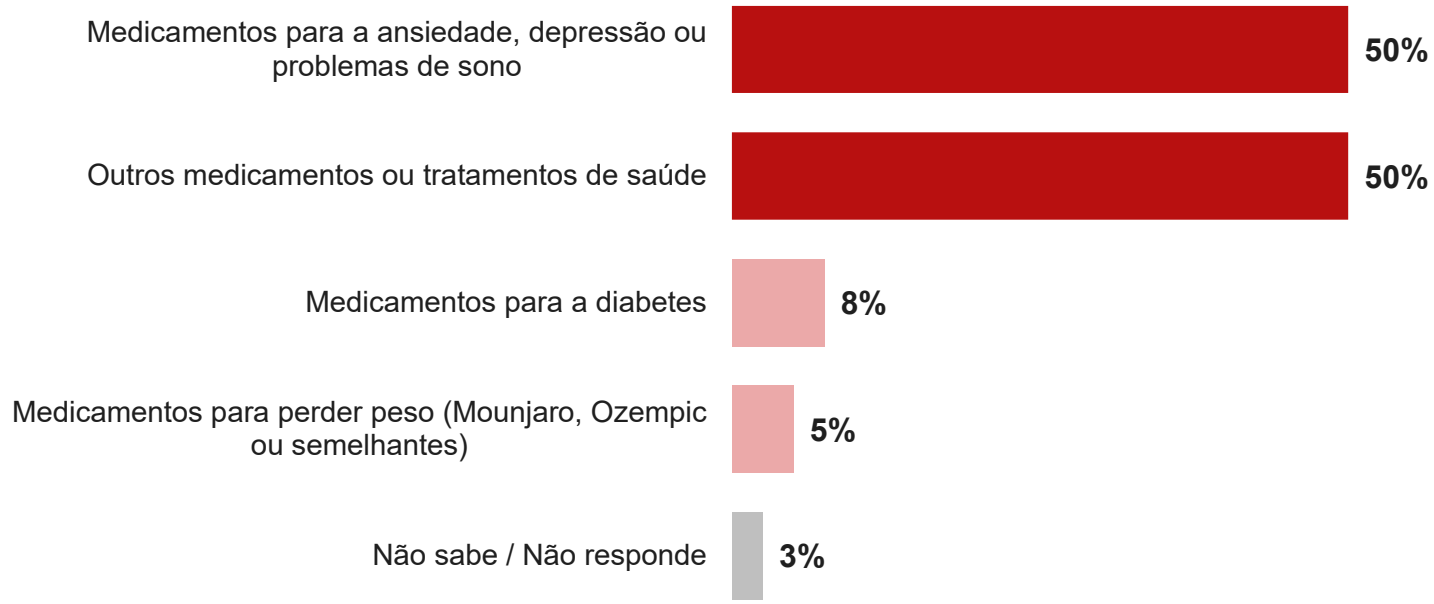
TAMBÉM EM DESTAQUE

5%

referem medicamentos para perder peso, como Mounjaro ou Ozempic; 8% medicamentos para a diabetes.

MEDICAÇÃO E TRATAMENTOS

11% reduziram consumo de vinho devido a medicação



Base reduzida: resultados indicativos, sem cruzamentos.

"Referiu que passou a beber menos vinho devido a medicamentos ou tratamentos. Que tipo de medicamentos ou tratamentos influenciaram essa decisão?" · Base: 40 que reduziram por medicamentos ou tratamentos · Resposta múltipla



05 Abandono do consumo

Decisão ou afastamento natural, razões, alternativas e regresso

DECISÃO OU AFASTAMENTO NATURAL

Mais de metade deixou o vinho sem o ter decidido: o afastamento foi natural

55%

deixaram de beber vinho naturalmente, sem o terem decidido; 41% tomaram essa decisão.

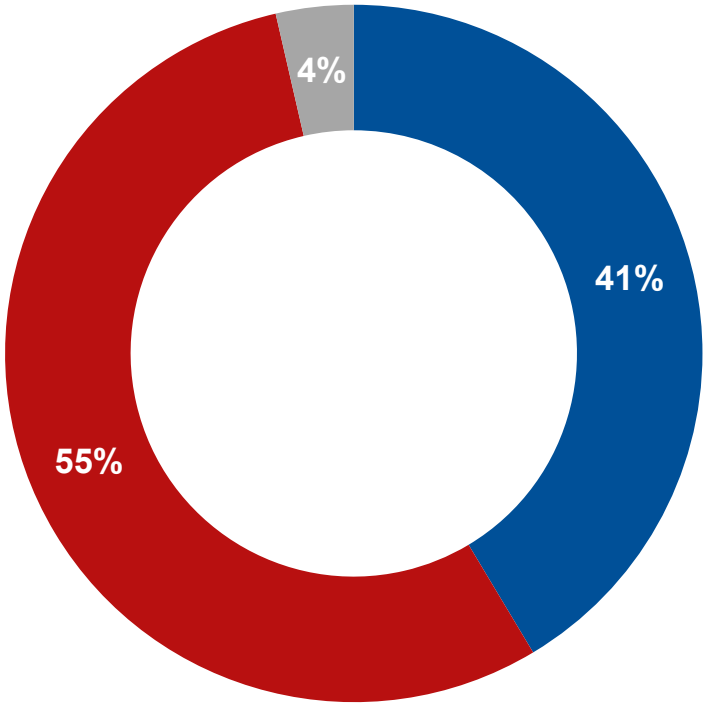
NOS CRUZAMENTOS

52% vs 35%

dos homens e das mulheres deixaram o vinho por decisão própria.

14% São ex-consumidores

DECISÃO OU AFASTAMENTO NATURAL



41% Foi uma decisão que tomei (consciente)

55% Aconteceu naturalmente, (inconsciente)

4% Não sabe / Não responde

"Quando deixou de beber vinho, foi uma decisão que tomou ou foi algo que aconteceu naturalmente, sem ter tomado essa decisão?" ·
Base: 140 ex-consumidores · Resposta única

RAZÕES AGRUPADAS POR TEMA

Metade deixou o vinho por razões de saúde ou estilo de vida; um terço por gostar menos ou preferir outras bebidas

51%

invocam razões de saúde ou estilo de vida; 36% gostam menos de vinho ou preferem outras bebidas. O preço pesa só 6%.

NOS CRUZAMENTOS

67% vs 39%

dos 55+ e dos 18-34 anos invocam a saúde. Nos 18-34, 52% apontam menos gosto ou outras bebidas.

14% São ex-consumidores

RAZÕES DE ABANDONO AGRUPADAS POR TEMA

51% (1º)
Saúde e estilo de vida

36% (5º)
Menos gosto ou preferência por outras bebidas

20% (4º)
Deixar o álcool em geral

14% (6º)
Mudança de hábitos ou de convívio

6% (3º)
Condução e fiscalização

6% (2º)
Preço e dinheiro

"Entre parêntesis o lugar que cada motivo ocupava para os que diziam ter diminuído o consumo

"Quais foram as principais razões que o levaram a deixar de beber vinho?" (razões agrupadas por tema) · Base: 140 ex-consumidores · Resposta múltipla

A preferência por outras bebidas lidera as razões do abandono e é também a razão principal mais citada

22%

deixaram o vinho por passarem a preferir outras bebidas; para 18% é mesmo a razão principal.

TAMBÉM EM DESTAQUE

20% e 20%

deixaram por motivos de saúde e por decidirem deixar o álcool em geral; são a razão principal de 16% e 11%.

RAZÕES DO ABANDONO



"Quais foram as principais razões que o levaram a deixar de beber vinho?" / "E de todas essas razões, qual foi a mais importante?" ·
Base: 140 ex-consumidores (razões, resposta múltipla) · 135 que indicaram pelo menos uma razão (razão principal, resposta única)

OUTRAS BEBIDAS ALCOÓLICAS

Seis em cada dez ex-consumidores de vinho também não bebem outras bebidas alcoólicas

60%

não costumam beber outras bebidas alcoólicas; 38% bebem cerveja, bebidas espirituosas ou cocktails.

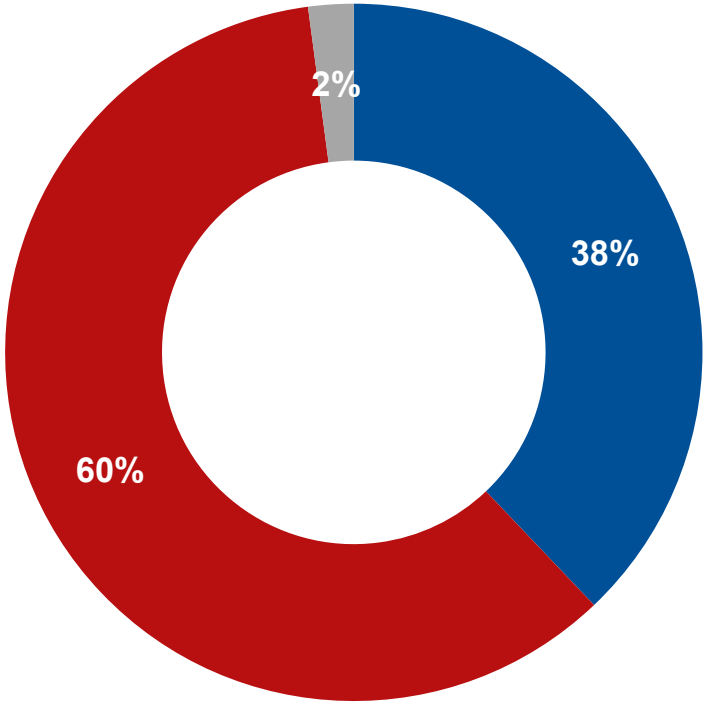
NOS CRUZAMENTOS

55% vs 16%

dos 18-34 anos e dos 55+ bebem outras bebidas alcoólicas.

14% São ex-consumidores

CONSOMEM OUTRAS BEBIDAS ALCOÓLICAS ?



38% Consome outras bebidas alcoólicas

60% Não Consome outras bebidas alcoólicas

2% Não sabe / Não responde

"Atualmente, costuma beber outras bebidas alcoólicas, como cerveja, bebidas espirituosas ou cocktails?" · Base: 140 ex-consumidores · Resposta única

A porta não está fechada: mais de quatro em cada dez ex-consumidores admitem voltar ao vinho

45%

admitem voltar a beber vinho: para 21% é provável e 24% dizem talvez. 53% consideram pouco provável ou excluem mesmo voltar a consumer vinho.

NOS CRUZAMENTOS

59% vs 19%

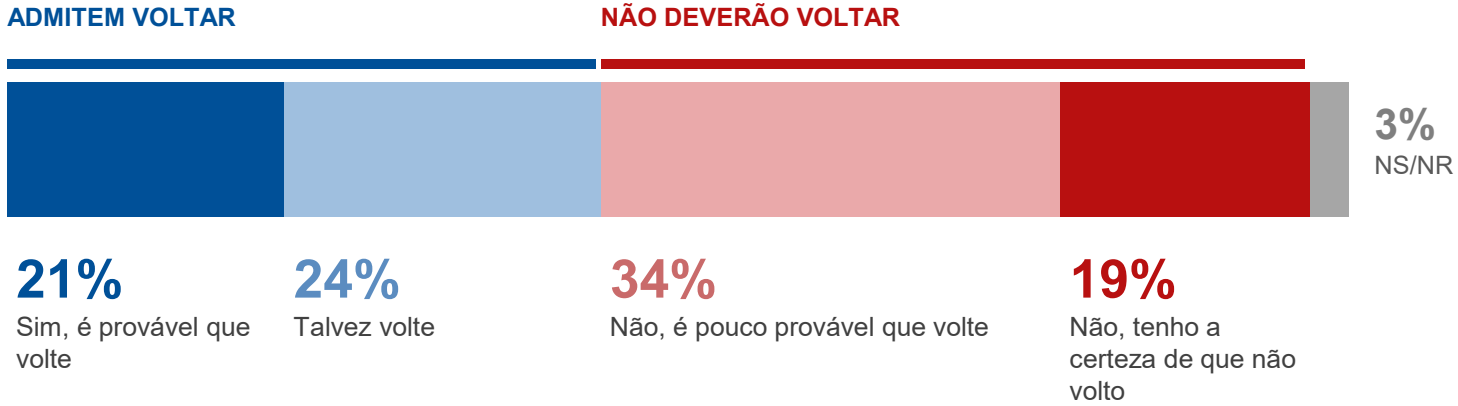
dos 18-34 anos e dos 55+ admitem voltar. Entre quem bebe outras bebidas alcoólicas são 66%.

14% São ex-consumidores

REGRESSO AO VINHO

44%
admitem voltar a consumir vinho

53%
Afirmam que não voltarão a consumir vinho



"Acha que poderá voltar a beber vinho no futuro?" · Base: 140 ex-consumidores · Resposta única



06

Razões para nunca consumir vinho

Motivos e abertura para experimentar

RAZÕES AGRUPADAS POR TEMA

Quatro em cada dez nunca beberam por não gostarem do vinho em si; mais de um terço por rejeitarem o álcool

44%

não gostam do sabor, do cheiro ou da aparência do vinho; 37% rejeitam o álcool e 26% preferem outras bebidas.

POR IDADE

51% vs 23%

dos 18-34 anos e dos 35+ rejeitam o álcool. Os 35+ apontam mais o sabor, o cheiro ou a aparência (49%).

7% São nunca consumiram

RAZÕES PARA NUNCA TER BEBIDO AGRUPADAS POR TEMA

44% Não gosta do sabor, cheiro ou aparência do vinho

37% Rejeição do álcool

26% Prefere outras bebidas

24% Falta de interesse ou curiosidade

10% Saúde, peso, medicação ou condução

9% Contexto familiar, social ou cultural

1% Preço

"Quais são as principais razões pelas quais nunca bebeu vinho?" (razões agrupadas por tema) · Base: 70 nunca consumidores · Resposta múltipla

O cheiro e a aparência afastam mais do que a recusa do álcool e são também a razão principal mais citada

40%

não gostam do cheiro ou da aparência do vinho; para 33% é mesmo a razão principal.

TAMBÉM EM DESTAQUE

29%

não querem consumir bebidas alcoólicas; para 20% é a razão principal. 26% preferem outras bebidas.

RAZÕES PARA NUNCA TER BEBIDO



Em média, 1,7 razões por inquirido. "Não gosto do sabor": código novo criado a partir de "Outras". Sem cruzamentos: base reduzida.

"Quais são as principais razões pelas quais nunca bebeu vinho?" / "E dessas razões, qual é a mais importante?" · Base: 70 nunca consumidores (razões, resposta múltipla) · 69 que indicaram pelo menos uma razão (razão principal, resposta única)

ABERTURA PARA EXPERIMENTAR

Dois terços dos que nunca beberam vinho não contam experimentar; um em cada quatro admite fazê-lo

66%

consideram pouco provável ou estão certos de que nunca experimentarão vinho; 27% admitem vir a experimentar.

POR IDADE

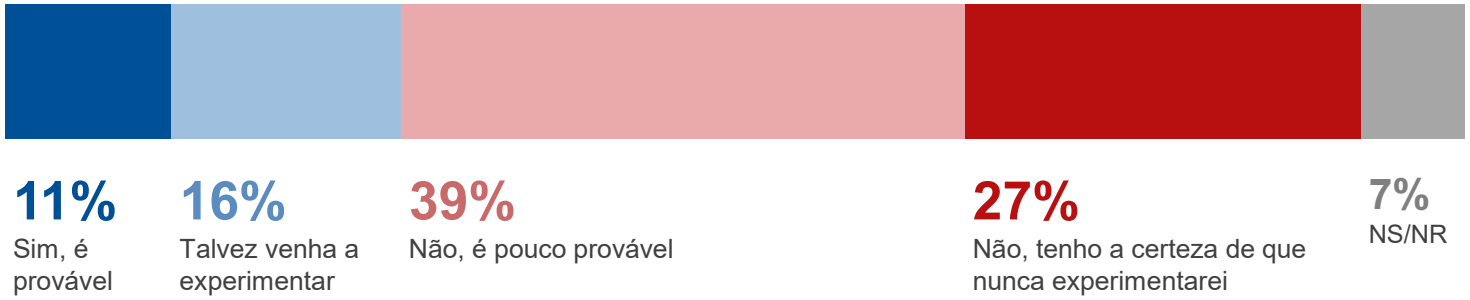
34% vs 20%

dos 18-34 anos e dos 35+ admitem experimentar vinho no futuro.

ABERTURA PARA EXPERIMENTAR

27%
admitem vir a experimentar vinho

66%
não deverão experimentar vinho



Por idade: 35 inquiridos em cada grupo.

"Acha que poderá vir a experimentar vinho no futuro?" · Base: 70 nunca consumidores · Resposta única



pitagórica s.a.
investigação e estudos de mercado

07

CONCLUSÕE E PISTAS

Os números dizem quanto. Os retratos dizem quem.

Os números dizem quanto.

Os retratos dizem quem.

Deixamos os gráficos de lado e observamos cada grupo no seu habitat:

- Como vive o vinho
- O que o afasta
- O que o pode trazer de volta.

REC

JOVENS ADULTOS
(18 – 34 ANOS)

Jovens adultos

O vinho saiu da mesa e foi para a festa



+34 +

de saldo nos convívios com amigos, contra −10 nas refeições em casa

Ao fim do dia, longe da mesa de jantar dos pais, a espécie desperta.

O jovem adulto português não bebe vinho por hábito: **bebe-o em grupo**.

Junta-se em casa de amigos, em festas e esplanadas, e é aí, fora do território tradicional da refeição, que o vinho volta a aparecer no copo. **Nos convívios, o consumo está até a crescer. Na mesa do dia a dia, porém, o vinho tornou-se raro**.

Um em cada três membros da espécie nunca o provou ou já o deixou. Quando bebe menos, troca-o facilmente por outras bebidas.

Não é uma espécie perdida. Curiosa e móvel, experimenta novos formatos e compra online. E muitos dos que se afastaram ainda olham para trás: seis em cada dez admitem voltar.

AMEAÇAS

- O vinho deixou de ser bebida do dia a dia
- Gostam menos ou preferem outras bebidas (24%, contra 9% nos 55+)
- Metade dos que nunca beberam rejeita o álcool

OPORTUNIDADES

- 59% dos que deixaram o vinho admitem voltar
- O vinho ganha nos momentos sociais e fora de casa
- Abertos a novos formatos (40%) e ao online (14%)

REC

ADULTOS
(35 – 54 ANOS)

Adultos

A geração apertada



40%+

dos 35-44 anos que reduziram apontam o preço do vinho ou a falta de dinheiro

Esta é a espécie mais ocupada do território.

Entre o trabalho, os filhos e as contas ao fim do mês, **sobra pouco tempo e pouco dinheiro para sair.**

O vinho continua presente, sobretudo em casa e à refeição: **quatro em cada cinco bebem-no, mas o habitat encolheu**. Os restaurantes e os bares ficaram mais caros, e a espécie sai menos.

Quando reduz consumo, aponta mais do que qualquer outra justificação o preço e a falta de dinheiro. Ao volante, também ficou mais cautelosa.

Não deixou de gostar de vinho: está a gerir a escassez. E não é só o vinho que corta, é o álcool em geral. Se a pressão aliviar, parte das saídas pode regressar.

AMEAÇAS

- Custo de vida corta as saídas: restaurantes −9, bares −13
- Receio da condução e da fiscalização (28%)
- Moderação do álcool em geral; 21% dos 35-44 já deixaram o vinho

OPORTUNIDADES

- O hábito do vinho em casa mantém-se
- A pressão do preço é conjuntural: as ocasiões podem voltar
- Valorizam qualidade/preço: lojas de desconto (29%) e garrafeiras (30%)

REC

SENIORES
(55 E MAIS ANOS)

Seniores

O guardião do ritual



−27

de saldo nos 55+ (−32 nos 65+), o mais negativo dos grupos etários

É o guardião do ritual.

Há décadas que o vinho tem lugar à sua mesa, ao almoço e ao jantar, e quase todos continuam a bebê-lo. Muitos fazem-no todos os dias.

Mas o guardião está a encher menos o copo. Já bebia pouco de cada vez (metade fica-se por um copo) e agora bebe menos vezes, em casa e fora.

Não foi o gosto que mudou, foi o corpo: a saúde, o médico, a medicação.

Não troca o vinho por outra bebida, simplesmente reduz. E quando deixa, raramente volta. É o consumidor mais fiel do território, e o que mais volume está a levar consigo.

AMEAÇAS

- Saúde e medicação vão continuar a pesar (64%)
- Volume que se perde sem abandono
- Quando saem, quase não voltam (19% admitem regressar)

OPORTUNIDADES

- O ritual do vinho à refeição ainda é forte
- "Um copo, mas bom": moderação com qualidade
- Formatos e canais próprios: bag-in-box (25%), produtor (16%)

Classes A/B

O apreciador: bebe menos, mas melhor



38%+

compram vinho em garrafeiras, contra 18% nas classes C2/D

É o apreciador.

Bebe vinho com regularidade e com intenção: em jantares com amigos, em celebrações, com uma garrafa escolhida na garrafeira. É o grupo onde menos gente abandonou o vinho.

Também está a beber menos, mas por escolha, não por necessidade. Cuida da saúde, quer moderar o álcool, e o preço pouco o incomoda. Nos convívios, até bebe mais do que há um ano.

Quando abdica de um copo, muitas vezes não o troca por outra bebida. Bebe menos vezes, e quer que cada vez valha a pena.

AMEAÇAS

- Saúde (67%) e moderação do álcool (32%) pesam mais aqui
- Reduzem por escolha: a tendência não volta para trás sozinha

OPORTUNIDADES

- Valor acima de volume: mais por garrafa, menos vezes
- Garrafeiras e compra especializada têm aqui o seu público
- 45% dos que reduziram não trocaram o vinho por outra bebida

Classes C2/D

O vinho racionado



−27 +

de saldo nas classes C2/D, contra −15 nas classes A/B

Este é o habitat onde o vinho mais está a recuar.

A espécie vive sobretudo em casa, e é aí que o vinho sempre esteve: na refeição de todos os dias.

Contudo os recursos escasseiam. O dinheiro chega com mais dificuldade, as saídas ficaram caras e o vinho foi perdendo lugar em todas as situações, até nos convívios. **Quase um em cada cinco já o deixou.**

Quando bebe menos, procura outras bebidas: dois em cada três fizeram a troca, mas a troca é muitas vezes só ocasional.

O vinho não foi expulso do território, **está a ser racionado.**

AMEAÇAS

- Custo de vida: preço e dinheiro pesam 34%
- Restauração mais cara, menos saídas
- Cerveja e refrigerantes ocupam o lugar do vinho

OPORTUNIDADES

- A troca é sobretudo parcial (48% só em algumas ocasiões)
- O preço faz beber menos, mas raramente faz deixar
- Qualidade/preço e formatos económicos (bag-in-box 20%)

REC

MULHERES E HOMENS
RITUAIS DIFERENTES

Mulheres e homens

O mesmo vinho, rituais diferentes



44%+

das mulheres e dos homens reduziram o consumo de vinho: muda a forma, não a intensidade

Na mesma espécie, dois comportamentos distintos. Ambos estão a beber menos, na mesma proporção, mas cada um à sua maneira.

- **Elas** tratam o vinho como um convite. Aparece nas festas, nos jantares com amigos e nos restaurantes, muito menos na refeição de todos os dias. Bebem menos vezes e pouco de cada vez. Quando reduzem, perdem sobretudo ocasiões. Uma em cada quatro não bebe vinho e, quando se afastou, raramente o decidiu.
- **Eles** tratam o vinho como companheiro da refeição. Está na mesa de todos os dias, e mais de metade bebe-o todas as semanas. Também reduzem, mas mantêm as ocasiões e bebem menos vezes. Ao volante ficaram mais cautelosos e, quando deixam o vinho, é mais vezes uma decisão tomada.

AMEAÇAS

- **Elas:** o vinho depende das ocasiões, e as ocasiões estão a encolher
- **Eles:** condução e fiscalização (28%, contra 15% nelas)
- **Ambos:** a moderação é do álcool em geral

OPORTUNIDADES

- **Elas:** festas (+4) e convívios (+7) ainda crescem
- **Eles:** o hábito da refeição resiste (54% no dia a dia em casa)
- **Elas:** abertas a outros tamanhos de garrafa (30%)

O mapa regional

Um país, várias razões



−30 +

de saldo na Península de Setúbal, contra −18 no Norte

Visto do alto, o território do vinho está todo a encolher, mas não pela mesma razão.

- **No Norte**, terra de convívio, a espécie sente o preço como em mais nenhum lado, mesmo assim, continua a juntar-se à mesa com os amigos.
- **Na Grande Lisboa**, a espécie é urbana e noturna: bebe fora de casa e nas festas, e é a que menos sente o preço.
- **Na Península de Setúbal** está a maior retração: quase metade bebe menos do que há um ano, sobretudo por razões de saúde.
- **No Centro** convivem o consumo diário mais enraizado do país e uma das maiores taxas de abandono.
- **No Sul e nas Ilhas**, as ocasiões rareiam e o preço pesa.

AMEAÇAS

- Preço no Norte e no Sul e Ilhas
- Saúde na Península de Setúbal

OPORTUNIDADES

- O convívio no Norte (+11)
- A restauração e as festas na Grande Lisboa (+11)

Os números dizem quanto.

Os retratos dizem quem.

As pistas dizem por onde.

O futuro do vinho não está em recuperar os hábitos de ontem.
Está em encontrar o seu lugar nos novos rituais dos portugueses.


pitagórica
s.a.
investigação e estudos de mercado