

Um
mundo de
oportunidades

Volume 14
2026

AGRO INSIGHT



Institucional

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA

Presidente da República

CARLOS HENRIQUE BAQUETA FÁVARO

Ministro de Estado da Agricultura e Pecuária

IRAJÁ REZENDE DE LACERDA

Secretário-Executivo do Ministério da Agricultura e Pecuária

GUILHERME CAMPOS JÚNIOR

Secretário de Política Agrícola do Ministério da Agricultura e Pecuária

CARLOS GOULART

Secretário de Defesa Agropecuária do Ministério da Agricultura e Pecuária

LUIS RUA

Secretário de Comércio e Relações Internacionais do Ministério da Agricultura e Pecuária

MARCELO NARVAES FIADEIRO

Secretário de Inovação, Desenvolvimento Sustentável, Irrigação e Cooperativismo do Ministério da Agricultura e Pecuária

CARLOS ERNESTO AUGUSTIN

Assessor Especial do Gabinete do Ministério da Agricultura e Pecuária

CARLA MADEIRA GONÇALVES SIMÕES DOS REIS

Chefe de Assessoria Especial de Comunicação Social do Ministério da Agricultura e Pecuária

Elaboração, distribuição, informações:

Ministério da Agricultura e Pecuária

Secretaria de Comércio e Relações Internacionais

Departamento de Promoção Comercial e Investimentos - DPR

Coordenação-Geral de Gestão dos Adidos Agrícolas

Endereço: Esplanada dos Ministérios, Bloco D - 3º andar, Sala 300

CEP: 70043-900 Brasília - DF

Tel.: (61) 3218-2821 e-mail: divulgacao.scri@agro.gov.br

Editorial:

Priscilla Burmann

João Huguenin

Coordenação:

Luís Rua

Augusto Billi

Carolina Eufemia Aquino de Sá

Ângela Pimenta Peres

Jennifer Santos Costa

Jennya Silva Brito

Equipe técnica:

Rodrigo Lopes de Almeida

Eduardo Sampaio Marques

José Guilherme Tollstadius Leal

Caio César Simão

Luciana Pich Gomes

Juçara Aparecida André Dokonal

Daniela de Moraes Aviani

Silvio Luiz Rodrigues Testaseca

Glauco Bertoldo

Nilton Antônio de Moraes

Paulo Márcio Mendonça de Araújo

Rodrigo do Espírito Santo Padovani

Leandro Diamantino Feijó

Jean Felipe Celestino Gouhie

Clóvis Augusto Versalli Serafini

Ricardo Zanatta Machado

Priscila Rech Pinto Moser

Rafael Mohana de Carvalho Refosco

Vanessa Medeiros de Jesus

Ana Lúcia de Paula Viana

Fabiana Villa Alves

Virgínia Arantes Ferreira Carpi

Ângelo de Queiroz Maurício

Bruno Cavalheiro Breitenbach

Marlos Schuck Vicenzi

Fernanda Vanessa Mascarenhas

Magalhães

Marco Aurélio Pavarino

Dalci de Jesus Bagolin

Ellen Elizabeth Laurindo

Adriane Reis Cruvinel

Frederique Rosa e Abreu

Warley Efreim Campos

Márcio Rezende Evaristo Carlos

Marco Túlio Santiago

Luiz Cláudio de Santana e Caruso

Rafael D'Aquino Mafra

Ana Carolina Miranda Lamy

Diego Leonardo Rodrigues

Marcelo Cláudio Pereira

Permitida a reprodução sem fins lucrativos, parcial ou total, por qualquer meio, se citada a fonte e o sítio da Internet onde pode ser encontrado o original (www.gov.br/agricultura).

Catálogo na Fonte

Biblioteca Nacional de Agricultura – BINAGRI

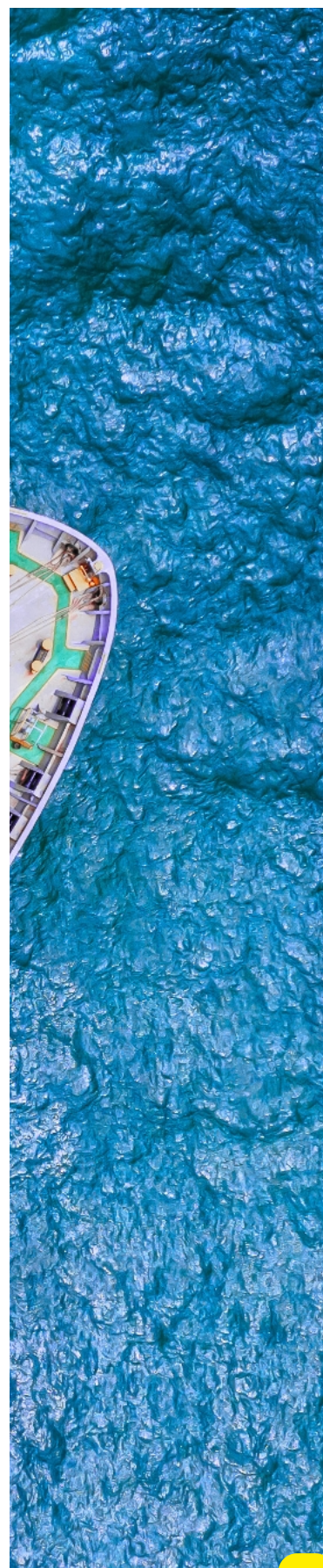
Resumo

O AgrolInsight nasce do compromisso do Ministério da Agricultura e Pecuária com o fortalecimento da presença do agronegócio brasileiro no mercado internacional.

Desenvolvido pela Secretaria de Comércio e Relações Internacionais (SCRI), com apoio dos adidos agrícolas presentes em 38 países, o material reúne análises estratégicas e oportunidades de negócios para produtores, exportadores e associações setoriais que buscam crescer de forma competitiva e sustentável.

Com base nas diretrizes do ministro Carlos Fávaro e sob a liderança do secretário Luis Rua, o AgrolInsight é resultado do esforço de uma equipe dedicada que acredita no potencial do Brasil como potência agroexportadora.

Este relatório é mais do que um compilado de dados — é uma ponte entre o agro brasileiro e o mundo.





O MERCADO DE VINHO NA ETIÓPIA: TENDÊNCIAS E OPORTUNIDADES PARA O BRASIL

Data: 13/02/2026

Posto: Adis Abeba/ Etiópia

Palavras-chave: Etiópia. Vitivinicultura. Vinhedo. Agroindústria.

Responsável: Fabiana Villa Alves

SUMÁRIO:

Embora o café permaneça como o principal símbolo da pauta exportadora etíope, o vinho começa a integrar uma nova etapa da diversificação agroindustrial do país. A consolidação da vitivinicultura moderna na Etiópia introduziu tecnologia, escala e padrões internacionais de qualidade à produção local. Paralelamente, transformações demográficas vêm sustentando mudanças graduais no perfil de consumo, cuja população predominantemente jovem e uma classe média urbana em expansão dita maior exposição a tendências globais, maior frequência a restaurantes e hotéis internacionais e crescente interesse por produtos associados a sofisticação e experiência gastronômica. Embora o consumo per capita seja ainda muito baixo (cerca de 0,01 litro por habitante ao ano), os sinais de crescimento são consistentes, indicando amplo espaço para expansão futura, principalmente no segmento premium. Esse movimento posiciona o país não apenas como mercado consumidor em crescimento, mas como território com ambição produtiva e exportadora no médio prazo, caso mantenha investimentos em qualidade, certificações e consolidação de marca-país no setor vitivinícola.

Embora hoje o vinho de uva seja uma indústria moderna na Etiópia, a produção de bebidas fermentadas remonta a tradições milenares. Nos primeiros séculos da era cristã, há registros de vinificação no Reino de Axum. Além disso, relevos e inscrições sugerem que o consumo de vinho fazia parte de rituais religiosos e sociais na Etiópia antiga, embora não se trate da tradição de vinho de uva no sentido técnico moderno. Paralelamente, a cultura local desenvolveu bebidas fermentadas como o Tej, um “vinho de mel” (hidromel), que ainda é a bebida alcoólica tradicional mais consumida no país em contextos culturais e sociais (Figura 1).



Figura 1. Tej comercializado em plataformas digitais. Fonte: <https://www.amazon.com/Gesho-Entchet-Ethiopian-Aroma-Stems/dp/B00ACO7UT8>; https://pompettewines.com/shop/product/the-heritage-winery-saba-tej-ethiopian-honey-wine/66c3ac7bfd64301508596c54?option-id=9fc62c8aef07ec95b8026ccbaac81e317824ce0cd50a14914bb4863b685761e6&srsId=AfmBOoqD0LrczK9-dT7qiF89B-pcLDI9IEv5IMqk4jp_Bdzk1lvFXJoK.

O percurso da vitivinicultura etíope está fortemente ancorado em sua geografia singular, embora a viticultura moderna, com produção em escala industrial, só tenha se consolidado no século XX. Em 1956, a Awash Winery foi a pioneira na produção formal de vinho de uva comercial, se consolidando como símbolo da produção local vinífera e um dos principais produtores etíopes.

Após um período de expansão moderada, nos anos 2000, o governo etíope incentivou investimentos estrangeiros para revitalizar a viticultura local. A consolidação desse potencial ganhou novo impulso em 2007, com a instalação em Ziway, no Vale do rio Rift, da Castel Winery, pertencente ao grupo francês cervejeiro e de bebidas Castel, que marcou um ponto de inflexão na história recente do setor.

Além do aporte de capital, foram introduzidos padrões internacionais de manejo vitícola, controle de qualidade, mecanização, irrigação tecnificada e práticas enológicas modernas. A vinícola passou a cultivar variedades como Merlot, Cabernet Sauvignon, Syrah e Chardonnay, Chenin Blanc, estruturando uma produção com foco em consistência e posicionamento de marca.

Rótulos como Rift Valley Merlot e Rift Valley Syrah contribuíram para elevar o reconhecimento da Etiópia como produtor emergente, alcançando mercados externos na Europa e na Ásia, ainda que em volumes limitados.

Vinhedos implantados em altitudes entre 1.600 e 2.000 metros acima do nível do mar, beneficiaram-se de noites mais frias, solos vulcânicos ricos em minerais e menor pressão de pragas, conjunto de fatores que criou um microclima favorável ao amadurecimento equilibrado das uvas, boa preservação de acidez e desenvolvimento aromático (Figura 2). A combinação entre terroir de altitude e tecnologia importada resultou em vinhos com perfil mais estruturado, maior estabilidade e melhor aceitação internacional, fortalecendo a percepção da Etiópia como um player potencialmente competitivo no segmento de vinhos de clima não tradicional.



Figura 2. Vinhedo da empresa Awash Wine, a 120 quilômetros de Adis Abeba, Etiópia. Fonte: https://www.lemonde.fr/en/le-monde-africa/article/2022/07/09/ethiopia-a-country-where-french-winemakers-can-experiment_5989546_124.html.

Atualmente, outras empresas desenvolvem projetos vitivinícolas na Etiópia, embora ainda haja uma grande defasagem entre produção e demanda local.

PRODUÇÃO E CONSUMO

Dados da International Organisation of Vine and Wine (OIV) apontam que a produção de vinho na Etiópia foi de cerca 500.000 litros em 2023, embora o consumo no mesmo ano seja estimado em aproximadamente 900.000 litros, evidenciando oportunidades tanto para expansão da produção interna quanto para importações qualificadas. O consumo per capita permanece baixo, cerca de 0,01 litro por ano, e comparativamente reduzido mesmo frente a mercados emergentes e não-tradicionais.

O mercado interno ainda prefere bebidas como cerveja e destilados, e o vinho muitas vezes é associado a consumo de status ou ocasiões especiais em estabelecimentos de serviço de alimentos e bebidas (segmento HORECA) voltados a turistas ou diplomatas. O consumo doméstico também é influenciado pela forte cultura tradicional etíope, que historicamente privilegia o tej em celebrações culturais, embora esta bebida não esteja diretamente integrada à cadeia formal de vinho de uva.

As importações são dominadas por vinhos europeus e sul-africanos, que competem principalmente no segmento premium, devido aos altos custos de importação, tarifas e complexidade aduaneira que elevam o preço final dos produtos. Projeções nacionais indicam crescimento médio anual de cerca de 5 a 6% neste segmento até o início da próxima década, impulsionado pela urbanização acelerada, expansão do setor de hospitalidade e eventos, aumento da renda da classe média urbana, e abertura do país e maior exposição a padrões internacionais de consumo.

Se as tendências atuais de investimento, modernização tecnológica e expansão gradual do mercado se mantiverem, a Etiópia poderá consolidar-se, no médio prazo, como um dos principais polos emergentes de vitivinicultura no continente africano. Nesse cenário, o país poderia despontar como um segundo exportador relevante de vinhos na África Subsaariana, ampliando a oferta regional hoje amplamente liderada pela África do sul.

Tal posicionamento não implicaria necessariamente substituição, mas sim uma combinação de competição e complementaridade. Enquanto a África do Sul possui tradição consolidada, escala produtiva e forte inserção internacional, a Etiópia pretende explorar nichos diferenciados associados à viticultura de altitude, produção em clima equatorial e identidade territorial emergente. A consolidação desse papel dependerá, contudo, de continuidade de investimentos, fortalecimento de certificações de qualidade, estabilidade regulatória e capacidade de inserção comercial em mercados externos estratégicos.

TENDÊNCIAS, DESAFIOS E OPORTUNIDADES PARA O BRASIL

Nos últimos anos, o mercado de vinhos na Etiópia tem apresentado tendências claras que indicam transformação gradual do consumo e da produção. Os consumidores etíopes demonstram crescente interesse por vinhos importados e de qualidade reconhecida, especialmente em ocasiões sociais e gastronômicas sofisticadas, sinalizando uma mudança cultural progressiva em relação ao produto.

Paralelamente, a expansão do varejo e do setor HORECA, incluindo hotéis de alto padrão, restaurantes contemporâneos e eventos internacionais, tem ampliado a exposição a rótulos importados e locais, estimulando a demanda.

A estrutura formal de distribuição ainda está em desenvolvimento, com a maior parte das vendas de vinhos premium concentrada em importadores especializados, lojas de bebidas e hotéis, enquanto os canais digitais praticamente não existem. Apesar de seu volume reduzido, a produção local apresenta potencial de diferenciação, aproveitando terroirs únicos e práticas agrônômicas adaptadas ao clima etíope, criando oportunidades para cooperação técnica e investimentos estrangeiros.

O setor, entretanto, enfrenta desafios estruturais importantes. A capacidade produtiva ainda é limitada, insuficiente para atender à demanda interna e restrita em escala e qualidade em comparação a padrões internacionais. O ambiente de importação é complexo, com tarifas elevadas e regulamentações que podem reduzir a competitividade de vinhos importados e impactar o preço ao consumidor. Além disso, o consumo culturalmente restrito entre a população em geral limita a expansão acelerada do mercado.

Para o Brasil, existem oportunidades estratégicas claras e latentes. O segmento de vinhos premium representa um nicho promissor, permitindo a inserção de vinhos brasileiros diferenciados, especialmente espumantes e varietais de alto valor agregado. A experiência brasileira em viticultura tropical e semiárida pode ser aplicada em projetos-piloto e programas de capacitação de produtores etíopes. Além disso, iniciativas conjuntas voltadas à modernização de cadeias produtivas, incluindo logística, controle de qualidade e processos enológicos, podem fortalecer a produção local e abrir caminho para exportações diferenciadas, consolidando a cooperação bilateral no setor vitivinícola.