

Um  
mundo de  
oportunidades

V.3 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

Eduardo Magalhães

Silvio Luiz Rodrigues Testaseca

Glauco Bertoldo

Nilton Antônio de Moraes

Alessandro Fidelis

Rodrigo do Espírito Santo Padovani

Leandro Diamantino Feijó

Jean Felipe Celestino Gouhie

Clóvis Augusto Versalli Serafini

Tiago Charão

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

Roberto Carlos Papa

Carlos Turchetto

Fernanda Mascarenhas Magalhães

André Okubo

Dalci de Jesus Bagolin

Ellen Elizabeth Laurindo

Luna Lisboa

Frederique Abreu

Andréa Moura

Warley Campos

Márcio Rezende Evaristo Carlos

Marco Túlio Santiago

Luiz Cláudio de Santana e Caruso

Lucas Fiuza

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](http://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.





# Organización Mundial de Sanidad Animal

Fundada como OIE



# **O COMÉRCIO GLOBAL DE VINHOS: DINÂMICAS DE MERCADO E O PAPEL DOS HUBS DE REEXPORTAÇÃO**

Data: 13/03/2026

Posto: Paris/França

Palavras-chave: vinho; comércio internacional; reexportação; hubs logísticos; mercado brasileiro

Responsável: Barbara Agate Borges Cordeiro

## **SUMÁRIO:**

Nas datas de 09 a 11 de fevereiro de 2026, foi realizada a Wine Paris & Vinexpo Paris 2026, uma das maiores feiras internacionais do setor vitivinícola. O evento funciona como uma plataforma global de negócios e tendências do mercado de vinhos e destilados, promovendo networking, lançamentos e debates sobre o futuro do setor. Na ocasião, o Diretor Geral da Organização Internacional da Vinha e do Vinho realizou uma palestra denominada Global Wine Consumption: Structural Shifts, New Geographies and Trade cujo conteúdo se baseou, principalmente, nos dados do relatório publicado pela Organização denominado The Global Trade in Wine: Role and Relevance of Re-exportation Hubs. Este relatório analisa a dinâmica do comércio internacional de vinhos e a crescente importância dos países que atuam como centros de redistribuição global. Para o Brasil, acompanhar esses dados é essencial para compreender as tendências do comércio internacional de vinhos e orientar estratégias de inserção e competitividade no mercado global.

O MERCADO GLOBAL DE VINHO: PRODUÇÃO CONCENTRADA, CONSUMO GLOBAL

A produção mundial de vinho apresenta forte concentração geográfica, com predominância em regiões localizadas próximas ao paralelo 40, tanto no hemisfério norte quanto no sul.

Em contraste, o consumo expandiu-se de forma significativa para regiões onde a produção é limitada ou inexistente.

Esse desequilíbrio estrutural entre produção e consumo tornou o comércio internacional essencial para o funcionamento do setor. Atualmente, aproximadamente 47% do vinho consumido no mundo é objeto de comércio internacional.

Desde o início dos anos 2000, o comércio internacional de vinho apresentou crescimento consistente, com expansão média anual de cerca de 4% em valor e 2% em volume.

O aumento mais acelerado em valor reflete uma tendência crescente de premiumização, na qual consumidores buscam produtos de maior qualidade e preço mais elevado.

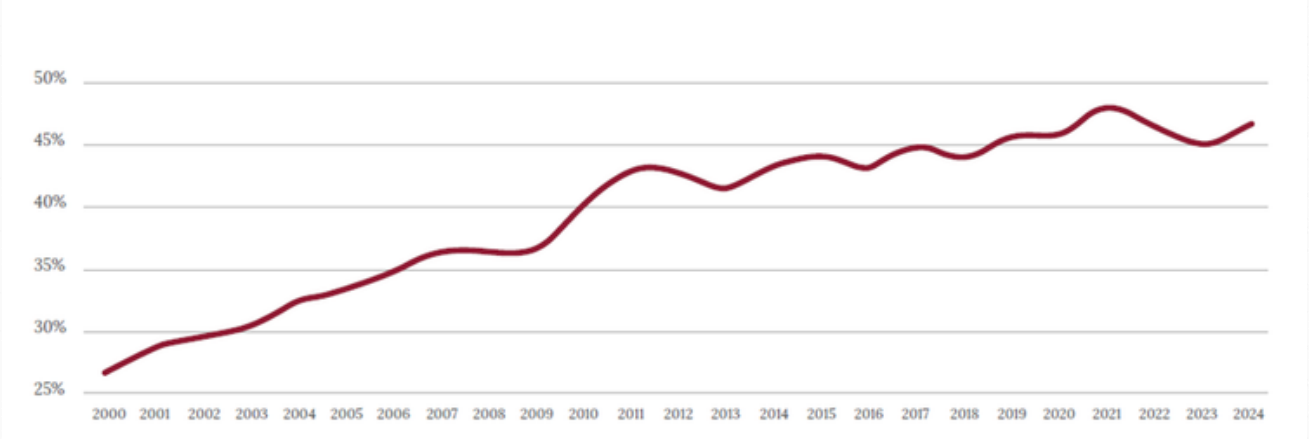


Figura 1 — Índice de Internacionalização do vinho (2000–2024) - Fonte: OIV (2025)

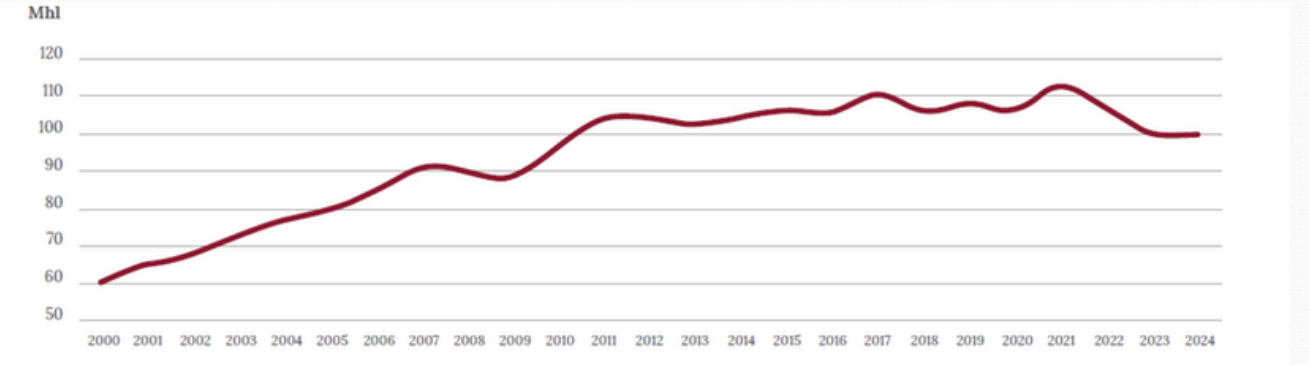


Figura 2 — Volume do comércio internacional de vinho (2000–2024) - Fonte: OIV (2025)

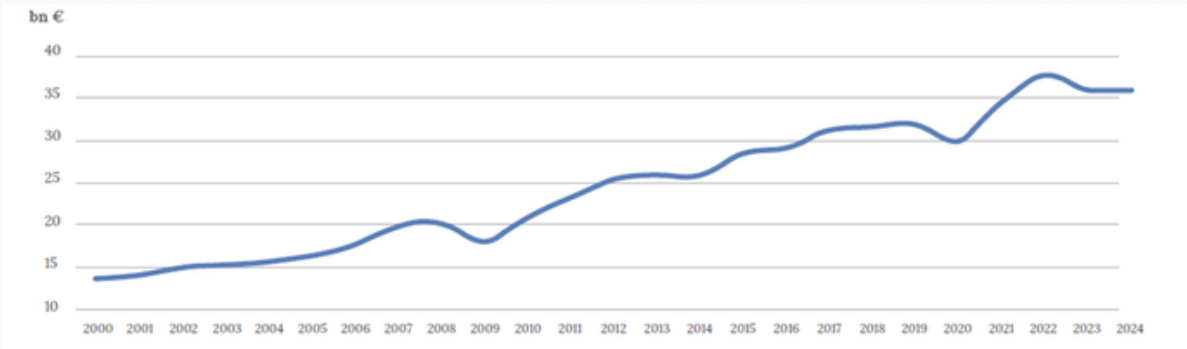


Figura 2 — Volume do comércio internacional de vinho (2000–2024) - Fonte: OIV (2025)



ESTRUTURA DO COMÉRCIO INTERNACIONAL DE VINHO

O comércio global de vinho pode ser dividido em quatro categorias principais: vinhos espumantes, vinhos engarrafados (não espumantes, menos de 2 litros), vinhos em Bag-in-Box (2 a 10 litros) e vinhos a granel (acima de 10 litros).

Em termos de valor, os vinhos engarrafados dominam amplamente o comércio internacional, representando cerca de dois terços do valor total exportado. Já os vinhos espumantes, apesar de representarem apenas cerca de 11% do volume comercializado, concentram aproximadamente 24% do valor, evidenciando o alto valor agregado desse segmento.

Os vinhos a granel apresentam dinâmica distinta, embora representem cerca de um terço do volume comercializado, correspondem a apenas 7% do valor total, refletindo preços médios significativamente menores.

Além dessas diferenças entre categorias de comercialização, observa-se também uma mudança gradual nas preferências dos consumidores em relação aos tipos de vinho. Observa-se crescimento mais acelerado da demanda por vinhos brancos, rosés e espumantes em comparação aos vinhos tintos, refletindo mudanças recentes nos padrões de consumo no mercado internacional

Esse movimento tem sido acompanhado por maior diversificação da oferta e por estratégias comerciais voltadas a segmentos de maior valor agregado, incluindo vinhos premium e espumantes. Como resultado, a estrutura do comércio internacional reflete não apenas diferenças logísticas e de embalagem, mas também transformações no comportamento do consumidor e no posicionamento dos produtores no mercado global.

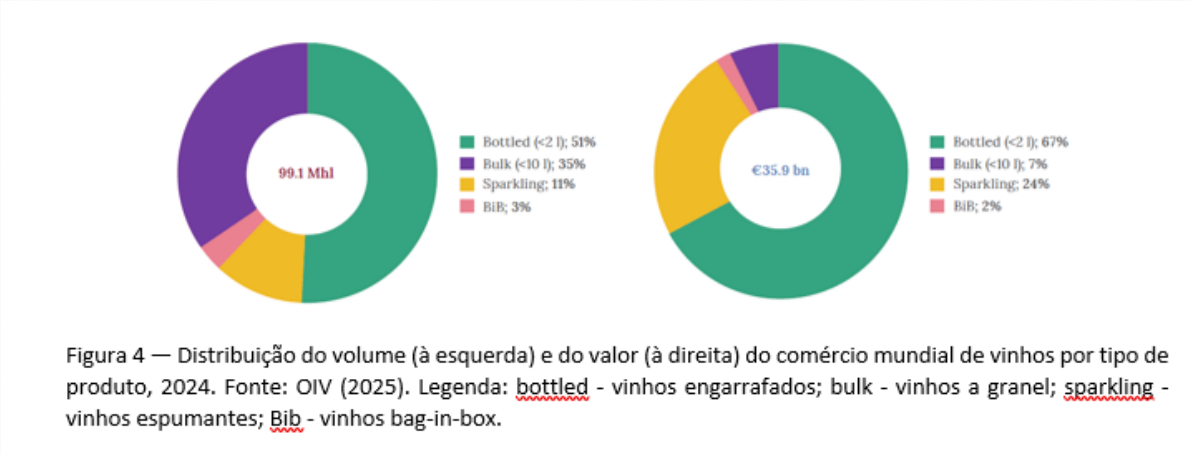


Figura 4 — Distribuição do volume (à esquerda) e do valor (à direita) do comércio mundial de vinhos por tipo de produto, 2024. Fonte: OIV (2025). Legenda: bottled - vinhos engarrafados; bulk - vinhos a granel; sparkling - vinhos espumantes; BiB - vinhos bag-in-box.

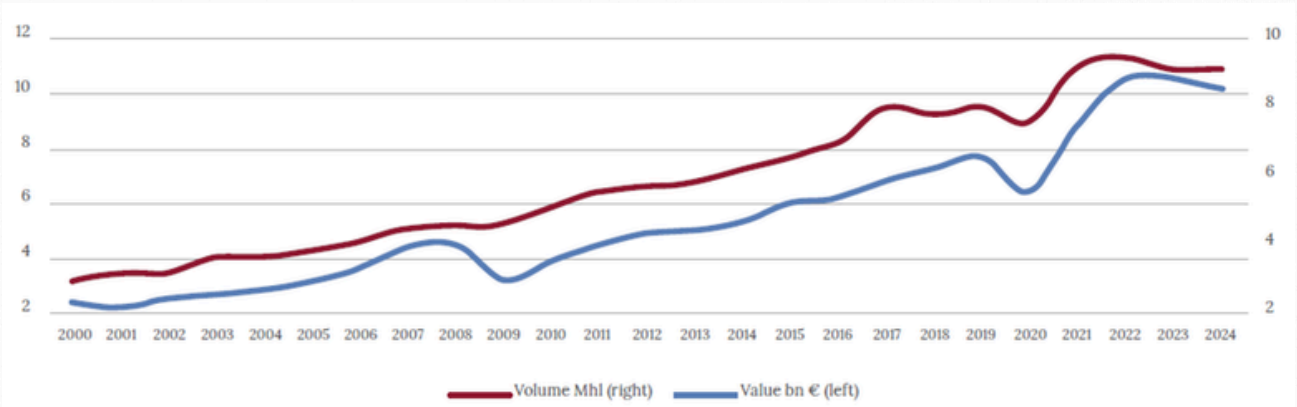


Figura 5: Exportações mundiais de vinho espumante em volume e valor, 2000-2024. Fonte: OIV (2025)

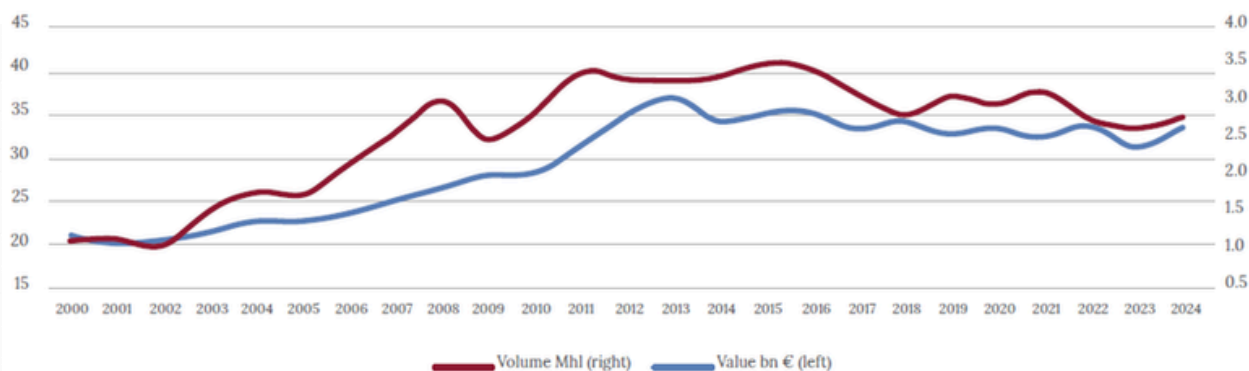


Figura 6: Exportações mundiais de vinho engarrafado em volume e valor, 2000-2024. Fonte: OIV (2025)

## PRINCIPAIS EXPORTADORES E IMPORTADORES

O mercado global de vinho é altamente concentrado. Em 2024, três países — Itália, Espanha e França — responderam por aproximadamente 55% do volume mundial exportado.

Em termos de valor, a liderança é ocupada pela França, com exportações próximas a €12 bilhões, seguida pela Itália e pela Espanha.

No lado da demanda, os principais importadores mundiais são: Estados Unidos, Reino Unido e Alemanha. Esses três mercados representam cerca de 38% das importações globais de vinho.

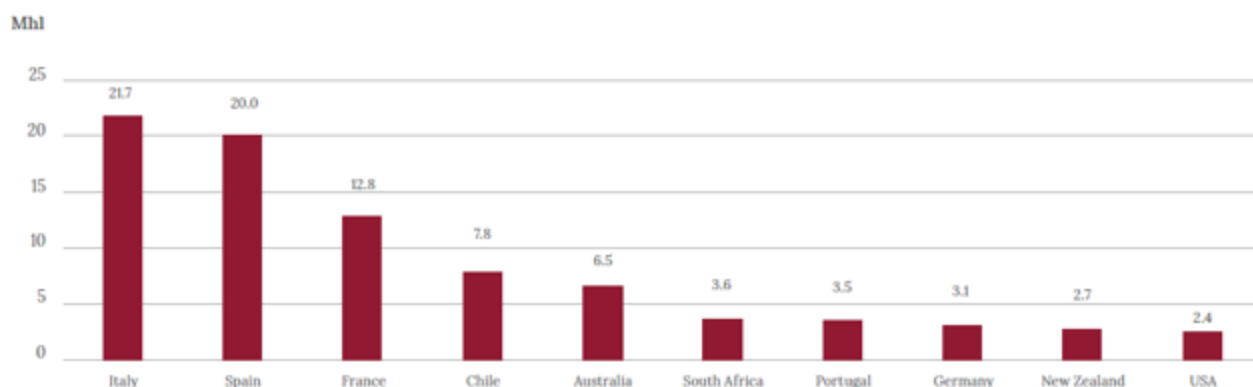


Figura 7: Principais exportadores de vinho por volume, 2024. Fonte: OIV (2025)

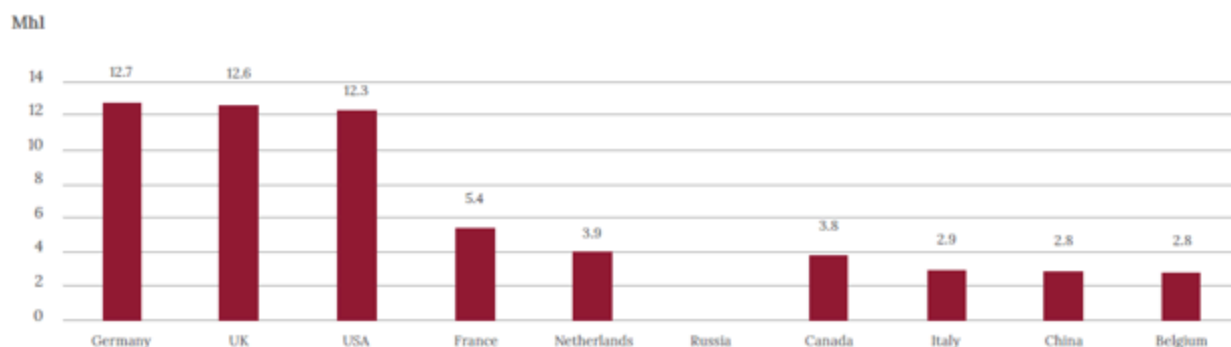


Figura 8: Principais importadores de vinho por volume, 2024. Fonte: OIV (2025)

Apesar da forte concentração em mercados tradicionais, o comércio global de vinho tem sido progressivamente influenciado pela expansão do consumo em novas regiões consumidoras.

Dados recentes indicam que o crescimento do valor das importações de vinho tem sido mais acelerado em algumas regiões emergentes, especialmente na África e na América do Sul. Nos últimos quinze anos, o valor das importações nessas regiões apresentou taxas médias de crescimento anual de 11% na África e 7% na América do Sul, superando o ritmo observado em mercados mais consolidados.

Esse processo de expansão geográfica do consumo tem contribuído para aumentar a complexidade das cadeias de distribuição internacional de vinho, reforçando a importância de intermediários comerciais e hubs logísticos que conectam produtores tradicionais a mercados consumidores emergentes.

**HUBS DE REEXPORTAÇÃO: UM ELEMENTO CENTRAL DO COMÉRCIO GLOBAL**

Reexportação ocorre quando um país exporta vinhos previamente importados, sem que haja transformação substancial do produto. Muitas vezes, essas operações envolvem apenas atividades logísticas, como reembalagem, consolidação de cargas, armazenamento e redistribuição para mercados regionais.

A análise da OIV estima que, entre 2018 e 2023, 13,97 milhões de hectolitros de vinho foram reexportados globalmente, isso representa 13,3% do volume total exportado.

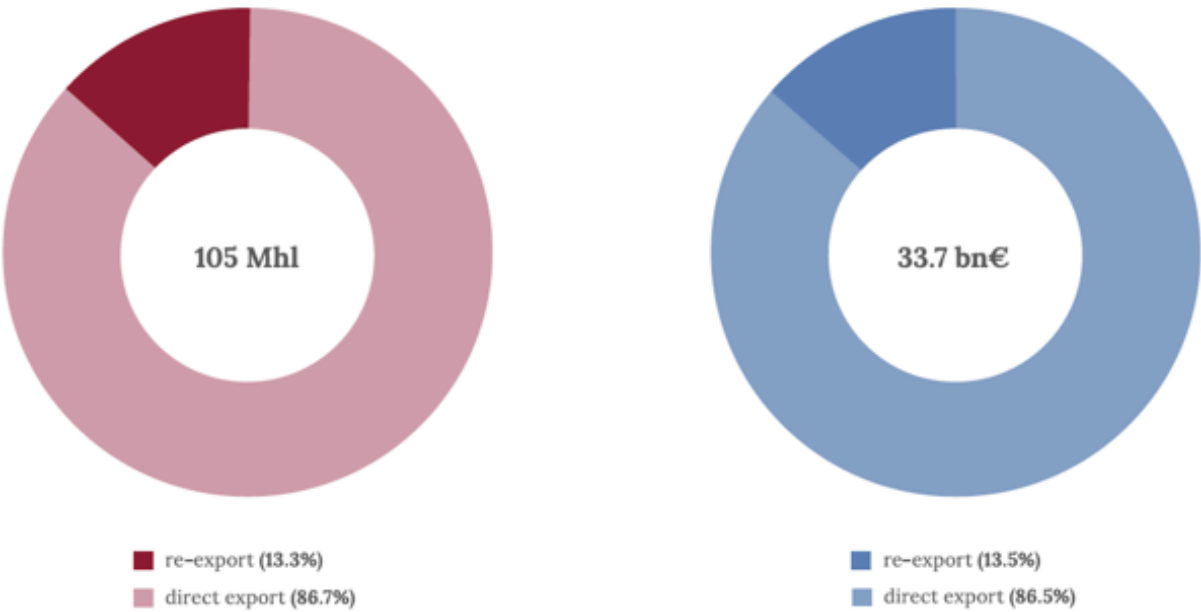


Figura 9: Participação das reexportações no comércio mundial de vinhos em volume e valor, média de 2018 a 2023. Fonte: OIV (2025)

Esses centros de redistribuição desempenham papel estratégico no comércio internacional do setor, funcionando como plataformas logísticas que conectam produtores tradicionais a mercados consumidores em diferentes regiões do mundo.

Entre os principais hubs de redistribuição destacam-se Reino Unido, Bélgica, Países Baixos e Dinamarca, que atuam como importantes intermediários comerciais no mercado europeu, além de Singapura, Hong Kong, Macau e Tailândia, que exercem papel relevante na distribuição de vinhos na Ásia. Nos países bálticos, Letônia e Lituânia desempenham função estratégica ao redistribuir vinhos destinados principalmente ao mercado russo. Outros casos incluem Austrália e Alemanha, que combinam produção doméstica com atividades de reexportação, além de Canadá e Angola, que exercem funções de redistribuição em seus respectivos mercados regionais.



## **DESAFIOS, TENDÊNCIAS E OPORTUNIDADES PARA O BRASIL NO MERCADO GLOBAL DE VINHO**

O comércio internacional de vinho enfrenta desafios estruturais e conjunturais, incluindo mudanças nos padrões de consumo, pressões inflacionárias, aumento dos custos logísticos, tensões comerciais e impactos de crises econômicas, climáticas e sanitárias. Ao mesmo tempo, o setor apresenta tendências que vêm moldando o mercado global, como a premiumização do consumo, o crescimento dos espumantes, a maior demanda por vinhos brancos e rosés e a expansão do consumo em mercados emergentes, especialmente na Ásia e na África.

Nesse contexto, surgem oportunidades para países que buscam ampliar sua presença no comércio internacional, incluindo o Brasil. A valorização de vinhos de maior qualidade e identidade regional pode favorecer a inserção de produtos brasileiros em nichos de maior valor agregado, enquanto o crescimento do consumo em mercados emergentes abre novas possibilidades de exportação. Além disso, a utilização de hubs internacionais de redistribuição pode facilitar o acesso a mercados onde a presença comercial direta ainda é limitada, ao mesmo tempo em que a crescente valorização de práticas sustentáveis pode reforçar a competitividade do vinho brasileiro.

Essas transformações tornam fundamental o acompanhamento das tendências do mercado global e o fortalecimento da participação do Brasil em fóruns internacionais do setor. Nesse sentido, a Organização Internacional da Vinha e do Vinho (OIV) desempenha papel central ao promover cooperação científica, técnica e regulatória entre países produtores e consumidores e ao elaborar recomendações e estatísticas que orientam políticas públicas e o comércio internacional.

A atuação ativa do Brasil na OIV contribui para ampliar o acesso a informações estratégicas, participar da formulação de normas internacionais e fortalecer a inserção do setor vitivinícola nacional nas cadeias globais de valor. Dessa forma, o engajamento do país na organização e o acompanhamento das dinâmicas do comércio internacional de vinho podem favorecer a identificação de oportunidades de mercado e apoiar o desenvolvimento do setor vitivinícola brasileiro no cenário global.