vinetur

Angola tornou-se o maior mercado de exportação de vinho português em volume no primeiro semestre de 2026

As expedições para Angola atingiram 20,5 milhões de litros, mais 12,6%; as vendas em valor caíram 9,3% em França e 11,89% nos Estados Unidos

quarta-feira, 11 de novembro de 2026



O perfil das exportações portuguesas de vinho sofreu alterações no primeiro semestre de 2026, com uma redução das vendas em valor para França e os Estados Unidos e um aumento dos volumes expedidos para Angola, segundo um relatório publicado na terça-feira, 10 de novembro, pelo serviço de informação económica da Organización Interprofesional del Vino de España.

França manteve-se como o principal destino das exportações portuguesas de vinho em valor, mas as vendas para o país caíram 9,3% face ao primeiro semestre de 2025, para 46,1 milhões de euros. Os Estados Unidos ocuparam o segundo lugar em valor, com 40,7 milhões de euros, menos 11,89% do que no mesmo período do ano anterior.

Em volume, Angola foi o maior mercado de exportação de Portugal no primeiro semestre de 2026. As expedições para o país atingiram 20,5 milhões de litros, mais 12,6% do que no primeiro semestre de 2025. França ficou em segundo lugar em volume, com 14,8 milhões de litros, uma descida de 7,7%.

O Brasil foi o terceiro destino das exportações portuguesas de vinho tanto em volume como em valor, segundo o relatório. As expedições para o Brasil totalizaram 12,9 milhões de litros, mais 3,6%.

Os números revelam uma clara diferença entre os principais mercados de Portugal em termos de receita e os destinos que absorvem maiores volumes. França e Estados Unidos continuaram a ser os principais mercados em valor, apesar das descidas registadas em ambos. Angola, pelo contrário, liderou em volume e cresceu, apontando para uma procura mais forte num mercado que absorve maiores quantidades, embora não ocupe o primeiro lugar na classificação em valor.

Esta alteração é relevante para produtores, exportadores, importadores e distribuidores de vinho, pois mostra como os mercados estabelecidos podem enfraquecer enquanto outros crescem. Para o setor das bebidas em geral, os dados poderão sinalizar a necessidade de equilibrar as vendas nos mercados maduros com esforços de diversificação para países onde os volumes continuam a aumentar. Isso pode influenciar o planeamento das exportações, o posicionamento dos portefólios e as prioridades comerciais nos canais de comércio do vinho e de bebidas relacionadas.

O excerto divulgado do relatório não apresentou um total global das exportações portuguesas de vinho no primeiro semestre de 2026, nem detalhou os motivos do desempenho mais fraco em França e nos Estados Unidos ou do aumento em Angola e no Brasil. Também não discriminou os números por categoria de vinho.

Ainda assim, a classificação dos mercados no primeiro semestre de 2026 aponta para dinâmicas distintas nos destinos das exportações portuguesas. França continuou a ser central para as vendas de vinho português, apesar da descida em valor e em volume, enquanto os Estados Unidos também se mantiveram entre os principais mercados em valor, apesar de uma quebra mais acentuada do que a de França. A posição de Angola como principal mercado em litros expedidos e a subida do Brasil tanto em volume como na classificação em valor sugerem que os exportadores portugueses não dependem de um único tipo de mercado para crescer.

Para as empresas que acompanham os fluxos comerciais de vinho e de outras bebidas alcoólicas, estas alterações permitem perceber melhor onde o vinho português está a manter o preço, onde está a ganhar volume e onde as estratégias comerciais poderão ter de se adaptar à medida que 2026 avança.