

Um
mundo de
oportunidades

Volume 8
Origem: animal

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

PEDRO ALVES CORRÊA NETO

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

4ª edição. Ano 2025

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:

Marcel Moreira

Carolina Eufemia Aquino de Sá

Ângela Pimenta Peres

Estella R. Borges de Brito

Jennifer Santos Costa

Jenny Silva Brito

Manoel Augusto Soares Junior

Filipe Guerra

Equipe técnica:

Carlos Vitor Muller

Eduardo Sampaio Marques

José Guilherme Tollstadius Leal

Adriano Perrelli Pestana de Castro

Luciana Pich Gomes

Andrea Claudia Parrilla

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

Virginia 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

Juliano Vieira

Leandro Antunes

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.

OPORTUNIDADES PARA A TILÁPIA NA ALEMANHA

Data: 15/08/2025

Posto: Berlim/Alemanha

Palavras-chave: tilápia; Alemanha; pescado

Responsável: Eduardo Sampaio Marques; Ana Paula Chaves de Araujo Kraus.

SUMÁRIO:

O presente AgrolInsight analisa o mercado de pescado na Alemanha com foco na identificação de oportunidades para a tilápia brasileira. O consumo no país está concentrado em espécies marinhas tradicionais e de baixo preço, como Alaska pollock, salmão, atum, arenque e pangasius, o que torna a tilápia um nicho de mercado ainda pouco explorado. Apesar disso, a força do varejo de desconto e a ampla valorização de certificações (ASC, MSC, orgânica) criam condições favoráveis à inserção do produto, desde que combinado preço competitivo com diferenciação em sustentabilidade e rastreabilidade. O Brasil, que enfrenta barreiras no mercado norte-americano, pode encontrar na Alemanha e na União Europeia alternativas promissoras, sobretudo após a reabertura do mercado europeu para pescados brasileiros e a futura entrada em vigor do Acordo Mercosul-UE, que deverá zerar tarifas hoje entre 8% e 9%.

INTRODUÇÃO

Este relatório avalia o potencial da tilápia brasileira no mercado alemão como alternativa para exportadores hoje concentrados nos EUA.

A Alemanha é um mercado grande de pescados na UE, porém o consumo per capita vem caindo desde 2022 por efeito de preços altos e mudança de hábitos. Em 2024, o consumo aparente preliminar ficou em 12,1 kg por pessoa, o menor em 10 anos.

O consumo concentra-se em seis espécies líderes (salmão, Alaska pollock/“Seelachs”, bacalhau/kabeljau, arenque, atum, camarões), com Alaska pollock e salmão disputando o topo.

Tilápia é nicho na Alemanha (muito menor que pangasius e Alaska pollock), mas há espaço em segmentos específicos.

A adidância do MAPA junto à União Europeia, em Bruxelas, apresentou em julho de 2025 o Aggroinsight “MERCADO DA TILÁPIA NA UNIÃO EUROPEIA: RECUPERAÇÃO E PROJEÇÕES DE EXPANSÃO” que também deve ser consultado pelas empresas interessadas no mercado alemão.

Dado o grande potencial de crescimento da oferta de tilápia no Brasil e os problemas de acesso no mercado dos EUA, o mercado europeu pode representar oportunidade a ser explorada pelas empresas brasileiras após a reabertura do mercado de pescados do Brasil para o bloco, fechado desde 2018.

CONSUMO ALEMÃO

Tamanho do mercado e dinâmica

O volume total de produtos da pesca e da aquicultura na Alemanha em 2023 foi de 1,94 milhão de toneladas (peso da captura), 90 % do qual atendido por importações[1].

Em 2023, o consumo alimentar de pescados na Alemanha somou 1,055 milhão t, com 12,5 kg per capita. Em 2024, estimativas preliminares indicam 12,1 kg per capita, sugerindo leve ajuste após picos de preços de 2022–23[1]. O consumo médio dos países da União Europeia é superior, 23,5 kg/habitante/ano.

O mercado alemão é dominado por peixes marinhos, com uma participação de 6,8 kg. A participação de peixes de água doce e seus produtos é de 3,8 kg em 2023. Crustáceos e moluscos consumidos em 2023 totalizaram 1,9 kg[1].

Peixes brancos e espécies líderes

[1] https://www.fischinfo.de/images/broschueren/pdf/FIZ_DF_2024.pdf

As espécies mais consumidas são salmão (18,8%), alaska pollock (Alaska-Seelachs, 14,9%), atum/bonito (13,0%), arenque (9,7%) e camarões (9,6%). Para “peixes brancos” (grupo competitivo da tilápia) — pollock, bacalhau, saithe, merluza, redfish, linguado/halibut, lúcio-perca (zander), pangasius e tilápia — a participação foi ~26,2% do consumo total em 2023, equivalente a ~276 mil t[1].

O pangasius representou 2,1% do consumo total (~22 mil t) em 2023, ante 1,1% em 2021; tilápia ficou em 0,4% (~4,2 mil t) [1].

Figura 1: Peixes concorrentes com a marca própria do REWE. Notar certificação ASC.



Onde e como se consome

Os dados de compras domiciliares (não incluem consumo fora do lar) mostram 418 mil t compradas por lares em 2023. Por canal (participação em volume): discounters[1] (48,6%), supermercados (26,7%), hipermercados (14,0%), peixarias (4,3%), outros (6,5%) — confirmando a dominância do varejo de desconto (Aldi, Lidl etc.).

Por forma de produto, o gasto médio dos lares foi €12,13/kg em 2023; congelados €10,37/kg (média). As conservas/marinados seguem relevantes, seguidos de congelados; fresco e outros completam a cesta.

Figura 2: Pangasius e Alaska Pollock em loja da rede NETTO.

[1] “Discounters” são os “supermercados de desconto”, ou “varejistas de desconto”.

São redes como Aldi, Lidl, Penny e Netto que operam no formato hard discount: sortimento enxuto, forte presença de marcas próprias, lojas simples e padronizadas, custos baixos e preços consistentemente menores (EDLP), com poucos serviços na loja.



PREÇO X DIFERENCIAÇÃO: O QUE O CONSUMIDOR VALORIZA

Na Alemanha, talvez mais do que em outros países europeus com renda semelhante, conveniência (congelado, porções prontas) e, principalmente, preço pesam muito — vide a força dos discounters. A própria FAO afirmou que: “a Alemanha emergiu como o principal consumidor de filés de pangásius, visto que, neste país, os aspectos de preço superam os de qualidade e sabor”[1].

Ao mesmo tempo, certificações são amplamente usadas pelas redes do varejo: MSC (Marine Stewardship Council, para produtos da pesca) e ASC (Aquaculture Stewardship Council, para os produtos da aquicultura) são padrão em marcas próprias (ex.: Lidl vende MSC para selvagens e ASC/Orgânico para aquicultura). Isso indica que ter certificação é vantagem competitiva real, mesmo quando o preço é determinante[2].

O trecho a seguir, do relatório de sustentabilidade do Grupo REWE[1], um dos maiores varejistas da Alemanha, ilustra bem o disposto acima:

“O Grupo REWE visa contribuir ativamente para a redução e eliminação de impactos ecológicos, sociais e econômicos negativos na cadeia de suprimentos de peixes e frutos do mar. Para tanto, a empresa formulou os seguintes objetivos para os produtos de marca própria da REWE e da PENNY na Alemanha em sua Diretriz sobre Peixes e Frutos do Mar, atualizada em 2022: 100% de produtos de peixes de marca própria nas áreas de alimentos congelados, de conveniência, produtos frescos e enlatados na Alemanha, certificados de acordo com o Marine Stewardship Council (MSC), GLOBALG.A.P., Aquaculture Stewardship Council (ASC) ou certificação orgânica, se disponível.” Os dados mostram que o varejo compra e comunica certificação de forma ampla (especialmente em congelados). Entrar sem ASC/CoC é possível, mas reduz o leque de compradores.

Há, ainda, outras certificações privadas: bem-estar animal, livre de antibióticos, origem controlada podem também ser valorizadas.

[1] <https://rewe-group-nachhaltigkeitsbericht.de/2022/en/green-products/focus-raw-materials-food/index.html#gri-fish>

Levantamento conjunto da MSC e AFC em 2023[3] mostrou que quase dois terços (64%) do peixe vendido em varejistas de alimentos alemães nas categorias congelado, refrigerado e enlatado/marinado possui certificação ASC ou MSC. No caso dos peixes brancos congelados (diversas espécies) 89% tinham selo ASC ou MSC e 96% da tilápia tinha o selo ASC. Certificação orgânica e do GLOBAL G.A.P. também estão presentes.

[1] https://www.fao.org/in-action/globefish/news-events/news/news-detail/pangasius-imports-into-the-european-union/en?utm_source=chatgpt.com

[2] Ver exemplo em da rede REWE em [Fokusrohstoffe – Food | REWE NB 2022](#) e da rede LIDL em [corporate.lidl.fi](#)

[3] Fonte: BMLEH, 2025. Elaboração própria.

Figura 3: Tilápia no hipermercado Metro e em loja do Kaufland



IMPORTAÇÕES ALEMÃS

Considerando todo o Capítulo 3 do Sistema Harmonizado a Alemanha importou US\$ 4,5 bilhões em 2024, ante US\$ 4,8 bilhões em 2023 e US\$ 4,9 bilhões em 2022. Em 2024, cerca de 55% do total importado teve origem em outros países da EU, com destaque para a Polônia 23% e Holanda 11% [1]. De fora da EU as principais origens foram Noruega, China, EUA, Rússia e Vietnã. O quadro a seguir mostra os 20 principais itens de pescado importados pela Alemanha entre 2022 e 2024.

[1] Ao se analisar as importações da Alemanha (ou de outros países membros da União Europeia) há que se considerar o trânsito facilitado (em termos regulatórios e a própria logística) entre os países membros o que pode mascarar um pouco as estatísticas. Muitas vezes um produto que entra por um país do Bloco tem como destino final outro, o que nem sempre aparece nas estatísticas oficiais.

Tabela 1- Importações alemãs de pescado (2022–2024)*

Código SH	Descrição	2022	2023	2024
30.475	Frozen fillets of Alaska pollack "Theragra chalcogramma"	142.463	149.852	112.462
30.214	Fresh or chilled Atlantic salmon "Salmo salar" and Danube salmon "Hucho hucho"	56.031	45.491	40.217
30.441	Fresh or chilled fillets of Pacific salmon "Oncorhynchus nerka, Oncorhynchus gorbuscha, Oncorhynchus ...	29.176	27.108	34.107
30.617	Frozen shrimps and prawns, even smoked, whether in shell or not, incl. shrimps and prawns in ...	40.736	34.167	33.572

30.481	Frozen fillets of Pacific salmon "Oncorhynchus nerka, Oncorhynchus gorbuscha, Oncorhynchus ...	31.192	26.454	27.683
30.541	Smoked Pacific salmon "Oncorhynchus nerka, Oncorhynchus gorbuscha, Oncorhynchus keta, Oncorhynchus ...	30.988	25.614	25.950
30.489	Frozen fish fillets, n.e.s.	19.750	19.943	17.433
30.543	Smoked trout "Salmo trutta, Oncorhynchus mykiss, Oncorhynchus clarki, Oncorhynchus aguabonita, ...	17.599	16.925	16.026
30.471	Frozen fillets of cod "Gadus morhua, Gadus ogac, Gadus macrocephalus"	22.560	17.234	13.358
30.499	Frozen fish meat n.e.s. (excl. fillets)	17.378	12.256	12.927
30.368	Frozen blue whiting "Micromesistius poutassou, Micromesistius australis"	905	8.046	12.817
30.486	Frozen fillets of herring "Clupea harengus, Clupea pallasii"	7.835	13.182	11.824
30.462	Frozen fillets of catfish "Pangasius spp., Silurus spp., Clarias spp., Ictalurus spp."	7.458	10.404	11.252
30.743	Cuttle fish and squid, frozen, with or without shell	9.468	9.341	9.094
30.473	Frozen fillets of coalfish "Pollachius virens"	8.134	7.441	8.676
30.351	Frozen herrings "Clupea harengus, Clupea pallasii"	7.837	5.337	8.021
30.494	Frozen meat, whether or not minced, of Alaska pollack "Theragra chalcogramma" (excl. fillets)	11.399	11.750	8.018
30.444	Fresh or chilled fillets of fish of the families Bregmacerotidae, Euclichthyidae, Gadidae, ...	5.539	5.842	6.704
30.314	Frozen trout "Salmo trutta, Oncorhynchus mykiss, Oncorhynchus clarki, Oncorhynchus aguabonita, ...	5.849	6.662	6.389
30.191	Live trout "Salmo trutta, Oncorhynchus mykiss, Oncorhynchus clarki, Oncorhynchus aguabonita, ...	6.552	6.083	5.874

Fonte: TradeMap, consulta em 15/08/2025

* Capítulo 03 do Sistema Harmonizado de Classificação de Mercadorias

POTENCIAL PARA A TILÁPIA BRASILEIRA

Como visto, o mercado alemão de pescado é expressivo, mas a tilápia hoje é nicho (~4,2 mil t/ano)[1].

O espaço de entrada pode estar nos congelados com bons preços, com certificação e padronização. O consumidor compra por preço e conveniência, mas os varejistas exigem certificações diversas e comunicação de sustentabilidade.

Há a concorrência com outros peixes brancos, como o pollock (barato e dominante), pangasius (baixo preço, conhecido), bacalhau/merluza/saithe (tradicionais). O desafio é posicionar a tilápia nesse grupo, concorrendo com produtos bem mais baratos.

A seguir, como base para referência de preços, apresenta-se é o valor médio da importação de alguns itens relevantes em 2024, sempre considerando a origem mais importante:

- US\$ 3,82/kg para o item SH 0304.62.00 - Frozen fillets of catfish "pangasius spp., silurus spp., clarias spp., ictalurus spp." proveniente do Vietnã;
- US\$ 3,54/kg para o SH 0304.75.00 - Frozen fillets of alaska pollack "theragra chalcogramma", dos EUA;
- US\$ 7,08/kg para o SH 03047190 - Frozen fillets of cod "gadus morhua, gadus ogac" importado da China.

As informações são do TradeMAP, extraídas em 15/08/2025.

Para comparação, de acordo com a mesma fonte, o Brasil exportou tilápia para os EUA em 2024 a 7,77/kg, em média.

Diferenciação talvez seja útil para escapar da briga pura por preço diante de concorrentes tão competitivos.

As fotos exemplificam a apresentação dos peixes no varejo de Berlim: filé congelado sem pele, porções 120–170 g, glaciamento, cobertura de gelo transparente, certificação ASC (fortemente recomendada) e lote rastreável; rótulo em alemão (nome comercial "Tilapia", espécie *Oreochromis niloticus*).

A implementação do Acordo de Associação UE-Mercosul possibilitará, já na entrada em vigor, a redução a zero da tarifa para os diversos itens tarifários referentes à tilápia, cuja tarifa atual é de 8% ou 9%, conforme o item.



EVENTOS SETORIAIS E PROSPECÇÃO DE PARCERIAS COMERCIAIS

Potenciais parceiros comerciais podem ser prospectados por meio da participação em feiras setoriais como a Fish International (Bremen, 22–24 fev 2026) e a ANUGA (Colônia, 4–8 out 2025). Além do contato direto em eventos, uma ferramenta recomendada pelo setor de promoção comercial da Embaixada do Brasil em Berlim para prospecção de parceiros na Alemanha é a plataforma “Wer liefert was” (www.wlw.de) — que, em tradução literal, significa “Quem fornece o quê”. Trata-se do principal diretório B2B de fornecedores no país, reunindo empresas de todos os setores — incluindo importadores, processadores e distribuidores de produtos em geral. A plataforma permite buscas segmentadas por setor de atuação (fabricante, distribuidor, importador), localização geográfica, tipo de empresa e por tipo de produto.

CONCLUSÃO

A Alemanha é grande consumidor de pescados, embora abaixo da média da UE. A tilápia ainda pode ser considerada um mercado de nicho no país, muito menor que pangasius e Alaska pollock, produtos baratos e conhecidos pelo consumidor alemão. Há oportunidades, mas o produto precisa se diferenciar de seus concorrentes mais baratos.