

Um
mundo de
oportunidades

Volume 5
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.

PANORAMA DO MERCADO DE PETFOOD NA ALEMANHA

Data: 15/05/2025

Posto: Berlim/Alemanha

Palavras-chave: Alemanha; exportação; ração animal; pet food; petiscos; ingredientes funcionais; subprodutos animais.

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

SUMÁRIO:

A Alemanha, um dos mercados mais desenvolvidos no setor pet da Europa, abriga uma população significativa de cães e gatos. Em 2024, o setor pet como um todo movimentou quase 7 bilhões de euros, com destaque para alimentos úmidos e petiscos. O mercado valoriza produtos “naturais”, funcionais e diferenciados por tipo de proteína, inclusive alternativas como insetos e carnes exóticas. Apesar de ser grande produtora e exportadora líquida, a Alemanha importa volumes expressivos. O Brasil possui cerca de 40 empresas registradas para exportação de pet food para a União Europeia, mas ainda tem participação muito baixa nas vendas para os países do Bloco. Os requisitos regulatórios europeus são rigorosos, estabelecendo conformidade técnica e sanitária além da adequação às exigências comerciais. Em vista da relevância e crescimento deste mercado, petiscos e produtos naturais podem representar segmentos promissores para o Brasil.

O uso de subprodutos de origem animal na indústria alemã

A Alemanha é reconhecida como um dos países mais pet friendly do mundo. É notória a presença de animais em companhia de seus tutores em praticamente todos os espaços: no transporte público, em praças, parques, restaurantes, eventos culturais e até festas privadas.

A presença dos animais de estimação aparenta ser uma extensão natural do cotidiano nas cidades alemãs, reforçando a integração natural dos pets à rotina da sociedade, ainda que a posse de um pet esteja sujeita ao pagamento de um imposto obrigatório.

Em Berlim, por exemplo, estima-se que cerca de 80% da população viva em apartamentos — o que não impede que os animais vivam em espaços mais restritos, inclusive não limita a raça ou o porte, incluindo as raças grandes alemãs, como o Pastor Alemão, o Dobermann e o Rottweiler.

De acordo com a Associação Central das Empresas Especializadas em Produtos Zoológicos (ZZF), em 2024, aproximadamente 44% dos lares alemães possuíam ao menos um animal de estimação — o que corresponde a cerca de 15,9 milhões de gatos e 10,5 milhões de cães (Fig.1), ou o equivalente a um pet para cada 3,3 habitantes. Esses dados refletem o crescimento consistente da população pet no país ao longo da última década, com um aumento de aproximadamente 35% no número de cães e 54% no de gatos, entre 2014 e 2024.

O crescente número de animais associado à cultura de bem-estar animal e a valorização dos seus cuidados impulsionam um mercado em constante crescimento. O faturamento de todo o setor pet foi de quase 7 bilhões de euros em 2024 (Fig.2).

Figura 1 - Número de animais de estimação na Alemanha em 2024 (em milhões)

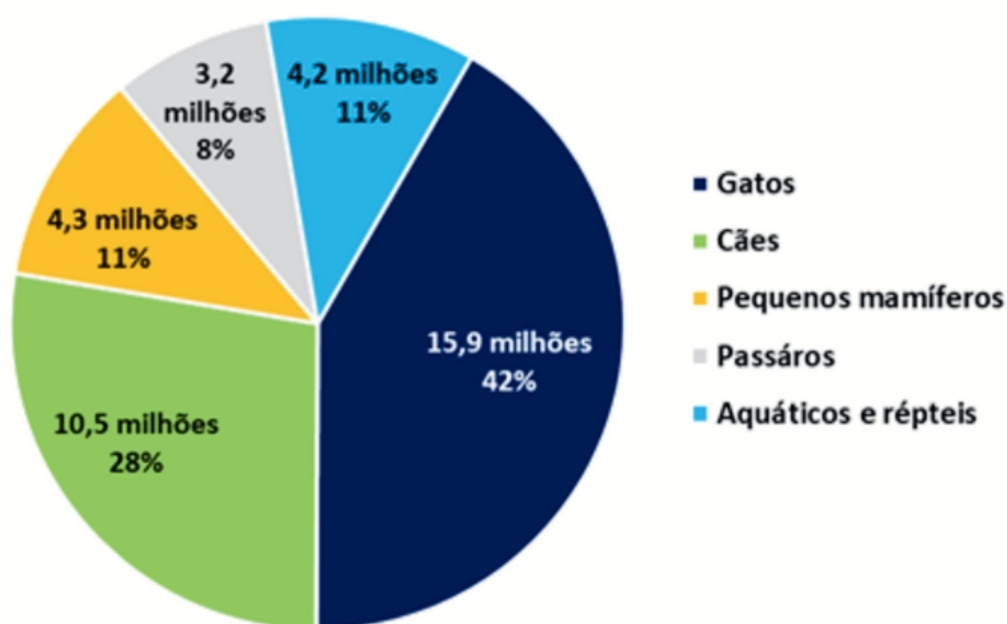


Figura 2 - Faturamento do setor pet na Alemanha – varejo físico e e-commerce entre 2014 e 2024 (em bilhões de euros).

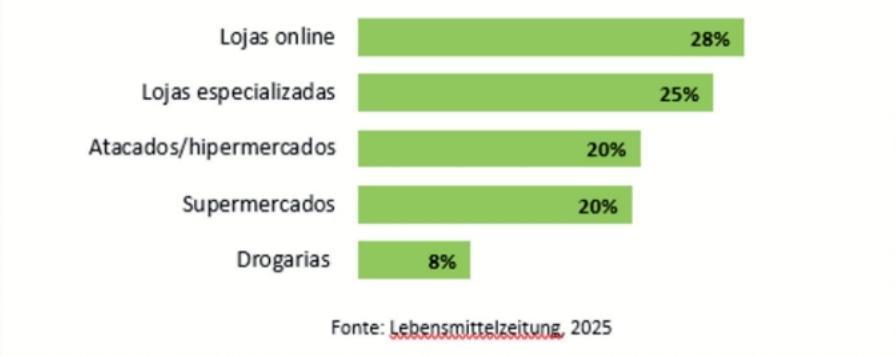


Fonte: 1 - Statista/IVH/ZZF, 2025

A presença de grandes redes de varejo, marcas consolidadas e eventos setoriais como a Interzoo reforça o papel do país na cadeia de valor do petfood na Europa e globalmente. Aliás, a feira é considerada a maior do mundo no segmento de suprimentos para animais de estimação, reunindo, em sua última edição, mais de 2.150 expositores de 68 países e visitantes profissionais de mais de 140 nacionalidades.

O mercado pet do país é amplamente atendido por lojas especializadas e possui canais de vendas amplamente diversificado (Fig. 3). O Fressnapf é considerado o maior grupo varejista do setor na Europa, seguido por Das Futterhaus, que operam com foco em produtos premium e serviços especializados. Além dessas, conhecidas redes de supermercado como o Rewe, Edeka, Aldi e Lidl e drogarias, como a DM e Rossmann oferecem rações e petiscos de menor custo, mas de maior escala. Apesar do consumidor ainda preferir comprar nas lojas físicas, o e-commerce também está se expandindo, liderado também pela Fressnapf, seguido pela Zooplus, maior loja online no segmento pet na Europa.

Figura 3- Participação nas vendas de alimentos para animais de estimação por canal na Alemanha em 2024.



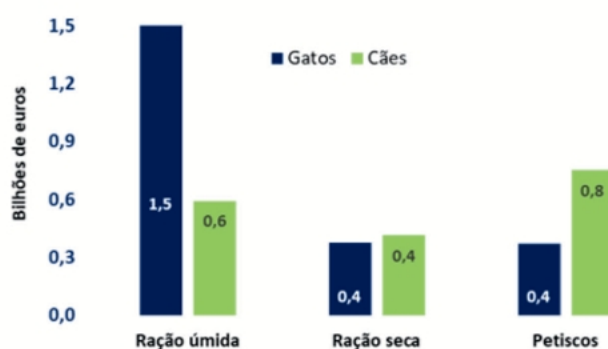
Fonte: Lebensmittelzeitung, 2025

Para o Brasil, pode haver oportunidades para a oferta de ingredientes, assim como também para o mercado de petiscos naturais e alimentos considerados funcionais. Considerando o alinhamento com práticas sustentáveis e normas internacionais, o setor brasileiro pode ocupar nichos de alto valor no mercado alemão, o que permitiria o acesso à União Europeia, desde que esteja preparado para atender às exigências sanitárias, técnicas e comerciais do Bloco.

PANORAMA DO MERCADO DE PET FOOD NA ALEMANHA

Em 2024, as vendas de alimentos secos para gatos na Alemanha totalizaram aproximadamente 377 milhões de euros. No entanto, a maior parte do faturamento no segmento felino vem dos alimentos úmidos, que superaram 1,5 bilhão de euros. Para cães, os alimentos secos geraram cerca de 414 Euros milhões, enquanto os úmidos movimentaram aproximadamente 600 milhões de euros. Já os petiscos para cães se destacaram, com um faturamento de cerca de 800 milhões de euros— o dobro da ração seca (Fig. 4).

Figura 4 - Vendas de ração e petiscos para cães e gatos na Alemanha por tipo de alimento e espécie em 2024



Fonte: ZZZF; IVH (2025)

De acordo com a FEDIAF, a humanização dos animais de estimação é vista como tendência que impulsiona o mercado de alimentos. Muitos tutores buscam rações que reflitam seu gosto ou que estejam de acordo com suas preferências pessoais. Como resultado, houve um aumento no consumo de produtos premium, classificados como “naturais”, crus e orgânicos (Fig.5).

Figura 5- Produtos dispostos na seção de “alimentação natural”, com formulações minimamente processadas, livres de aditivos artificiais e, em alguns casos, com certificações de origem ou sustentabilidade.



Fonte: Levantamento de campo realizado pela Adidância Agrícola em Berlim

Os fabricantes alemães, além disso, vêm ampliando o uso de proteínas alternativas às carnes convencionais de frango e bovina (Fig.6). Ingredientes como proteínas vegetais, insetos, proteínas obtidas por fermentação e carnes de outras espécies — como cavalo, veado e até canguru — são incorporados para oferecer uma diferenciação de mercado, inovação tecnológica e alternativas para dietas específicas, como as hipoalergênicas. Esta tendência também espelha o comportamento do próprio cliente em relação aos seus hábitos diante do consumo de carnes e produtos de origem animal.

Figura 6 – Variedade de fontes de proteínas em ração premium para cães



Exemplo de segmentação por proteína e ingredientes funcionais em linha de rações premium. Os produtos destacam o uso de fontes diferenciadas de proteína (pato, peru, frango, coelho e cavalo), além de ingredientes como óleo de salmão, batata-doce e cranberry. Fonte: Levantamento de campo realizado pela Adidância Agrícola em Berlim

O COMÉRCIO INTERNACIONAL DE RAÇÕES E PETISCOS NA ALEMANHA

Embora a Alemanha seja grande produtora e exportadora de rações e petiscos para cães e gatos, importou o equivalente a 2,4 bilhões de dólares e mais de 800 mil toneladas desses produtos em 2024 (Fig.7 e Tabela 8). De acordo com dados do Trademap, pelo menos nos últimos 20 anos ela ocupa a primeira posição no ranking mundial de países importadores para essa categoria de produtos com um crescimento anual de 2% desde 2020 e um saldo comercial de cerca de 847 milhões de dólares (Tabela 1). Embora apresente um saldo positivo, o elevado volume de importações mostra o papel estratégico da Alemanha como um hub industrial e logístico altamente consolidado e líder em valor agregado industrial na Europa.

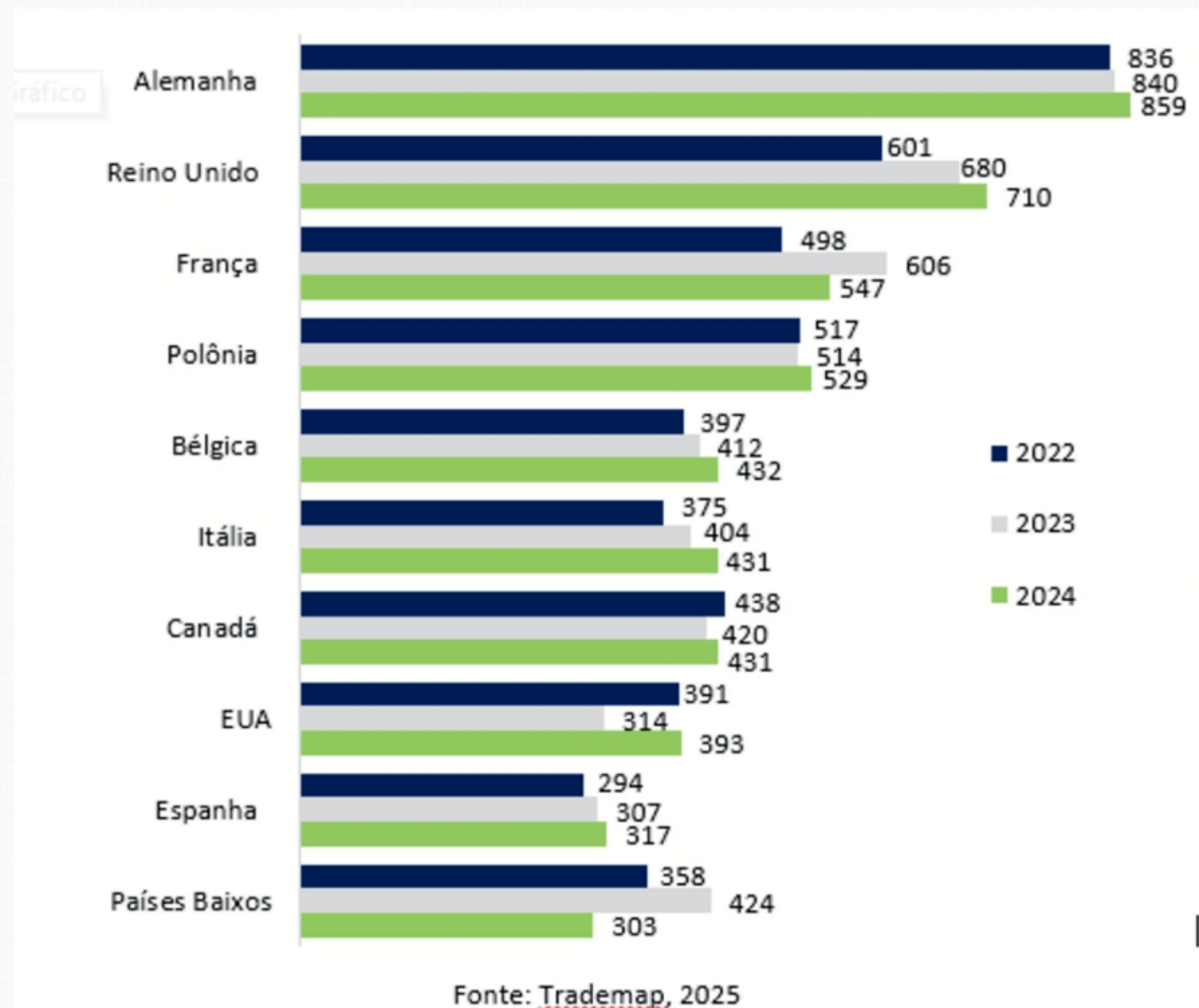


Tabela 1 - Importações da Alemanha de alimentos para cães e gatos (SH 2309.10) em 2024 – Valor, saldo comercial e crescimento nos últimos 4 anos.

Produto		Importações 2024	Balança comercial 2024	% crescimento anual (2020-2024)	
SH	Descrição	(US\$ bi)	(US\$ bi)	Valor	Quantidade
230910	Ração para cães ou gatos para venda no varejo	2,44	0,85	10,0	2,0

Fonte: Trademap, 2025

Tabela 2 - Exportações e importações da Alemanha em 2024 de alimentos para cães e gatos de acordo com a classificação de produtos para estatística de comércio exterior (WA) do Departamento de Estatísticas Federal da Alemanha

Código tarifário*	Descrição	Exportações		Importações	
		Peso (t)	Valor (mil €)	Peso (t)	Valor (mil €)
23091011	Ração para cães e gatos, embalagem ≤10 kg, teor de leite <10%	316.056	1.028.934	477.010	1.272.858
23091013	Ração para cães e gatos, embalagem ≤10 kg, teor de leite entre 10% e 50%	1.188	7.531	620	6.440
23091015	Ração para cães e gatos, embalagem ≤10 kg, teor de leite entre 50% e 75%	656	2.029	6	91
23091019	Ração para cães e gatos, embalagem ≤10 kg, teor de leite >75%	3.135	7.702	1.221	3.326
23091031	Ração para cães e gatos, embalagem de 10 a 30 kg, teor de leite <10%	193.623	518.028	111.145	306.785
23091033	Ração para cães e gatos, embalagem de 10 a 30 kg, teor de leite entre 10% e 50%	100	2.162	340	2.123
23091035	Ração para cães e gatos, embalagem de 10 a 30 kg, teor de leite >50%	4	4	3	27
23091051	Ração para cães e gatos, embalagem >30 kg, teor de leite <10%	415.666	846.618	113.118	244.204
23091053	Ração para cães e gatos, embalagem >30 kg, teor de leite entre 10% e 50%	29	100	0	4
23091059	Ração para cães e gatos, embalagem >30 kg, teor de leite >50%	17	2	2	2
23091070	Ração para cães e gatos com de lacteos	5.051	22.952	1.152	6.238
23091090	Outras rações para cães e gatos	175.476	593.549	172.971	498.930

Fonte: Escritório Federal de Estatística da Alemanha (DESTATIS), 2025

*Classificação baseada na nomenclatura combinada (CN) da União Europeia.

Em 2024, as principais empresas responsáveis pelas importações alemãs de produtos classificados sob o código SH 2309.10, incluem a Berg + Schmidt GmbH & Co. KG, Hagen Deutschland GmbH & Co. KG, HELM AG, Nungesser GmbH e Welding GmbH & Co. KG. Essas empresas podem atuar como fabricantes e distribuidores mas não são possuem marcas finais de petfood. Podem ser elos estratégicos, que importam produtos para redistribuir, reprocessar ou embalar ou utilizar como novos produtos destinados ao mercado europeu.

A Polônia se destaca como o principal fornecedor de pet food para a Alemanha, com exportações que superaram 200 mil toneladas anuais nos últimos três anos. No entanto, países terceiros como China, Reino Unido e Tailândia também mantêm presença nesse mercado, evidenciando que há espaço para a entrada de fornecedores de fora da União Europeia (Tabela 3).

Tabela 3 - Principais países exportadores de ração para cães ou gatos, acondicionada para venda no varejo (SH 230910) para a Alemanha.

Origem	2020	2021	2022	2023	2024
	US\$ milhões				
Mundo	1.684,6	1.993,9	2.098,6	2.415,0	2.435,2
Polônia	356,6	445,4	440,0	533,6	545,3
Países Baixos	187,6	235,0	228,8	285,3	265,9
Suíça	189,5	215,7	219,7	292,5	280,9
França	180,0	209,3	195,0	243,4	273,5
China	156,0	209,4	235,5	217,9	252,1
Áustria	107,8	123,9	150,9	183,2	176,6
Reino Unido	103,5	83,2	113,9	124,4	83,9
Tailândia	61,5	76,6	109,0	97,7	122,4
República Tcheca	64,8	79,8	74,1	85,2	92,6
Hungria	43,0	49,4	60,4	79,8	70,7

Fonte: Trademap, 2025

Embora cerca de 40 estabelecimentos brasileiros estejam registrados na lista oficial da Comissão Europeia (IMSOC) sob a categoria ABP-PET - Fábricas de alimentos para animais de estimação (incluindo estabelecimentos que fabricam petiscos mastigáveis para cães e palatabilizantes à base de vísceras), isso não garante o cumprimento, de todos os requisitos exigidos por importadores europeus privados, como certificações adicionais. O Brasil ocupa apenas a 39ª posição entre os países exportadores de pet food para a Alemanha, com média anual de aproximadamente 390 mil dólares e 50 toneladas nos últimos cinco anos.

REQUISITOS REGULATÓRIOS E CONDIÇÕES ESPECÍFICAS PARA ACESSO AO MERCADO DA UE

De forma geral, o marco regulatório da União Europeia para alimentos destinados a animais de estimação tem elevado grau de detalhamento técnico. Baseada em regulamentos diretamente aplicáveis a todos os Estados-Membros, a legislação europeia estabelece regras minuciosas sobre rotulagem, uso de aditivos, higiene, rastreabilidade, seleção de ingredientes e segurança alimentar.

Exige-se, por exemplo, que matérias-primas — especialmente as de origem animal — sejam provenientes de estabelecimentos previamente aprovados e sigam critérios rigorosos definidos pelo Regulamento (CE) nº 1069/2009. Além disso, há proibições expressas de certos ingredientes e aditivos ainda permitidos no Brasil, bem como exigências claras para alegações nutricionais. Um ponto central é a exigência de um sistema formal de segurança nas fábricas baseado em HACCP e a manutenção de registros que garantam rastreabilidade completa.

Empresas interessadas em exportar alimentos para animais de estimação à Alemanha devem estar atentas, portanto, ao abrangente arcabouço regulatório que rege o setor. A FEDIAF, entidade que representa a indústria de pet food na Europa, disponibiliza uma compilação¹ das principais normas aplicáveis, incluindo o Regulamento (CE) nº 183/2005, sobre higiene na produção de alimentos para animais, e o Regulamento (CE) nº 767/2009, relativo à comercialização e uso de rações. A lista inclui ainda regulamentações específicas sobre limites de contaminantes, subprodutos de origem animal, organismos geneticamente modificados, rotulagem nutricional, entre outros temas relevantes. Também são destacados documentos técnicos da EFSA e diretrizes da OCDE para práticas laboratoriais e dossiês de autorização de aditivos.

Além das exigências legais, o setor europeu adota padrões técnicos adicionais. Estes requerimentos podem ser acessados no guia “Guide to Good Practice for the Manufacture of Safe Pet Foods”², compilado pelo setor privado e também publicado pela FEDIAF e reconhecido pela Comissão Europeia, inclusive utilizado para auditorias. O guia oferece orientações práticas sobre higiene, rastreabilidade, controle de perigos e gestão da qualidade ao longo de toda a cadeia produtiva — da seleção das matérias-primas à distribuição do produto final. O documento ainda apresenta diretrizes específicas para diferentes tipos de produtos, como alimentos secos, úmidos, semiúmidos e petiscos mastigáveis.

DESTAQUES

Pequenos snacks, grandes faturamentos

É estimado que mais de 90% dos tutores na Alemanha ofereçam petiscos regularmente aos seus cães e gatos. Como anunciado em uma revista no país: “pequenos snacks, grandes faturamentos”.

Conforme já relatado no tópico de mercado, eles representam o dobro do faturamento da ração seca para cães na Alemanha. Em lojas especializadas, as seções de petiscos são significativamente grandes (Figura 8 e 9) e é oferecida uma ampla categoria de produtos, de acordo com o ingrediente ou propósito: tiras e palitos, bifeinhos, lanches para treino, snacks crocantes ou macios, salsichas, petiscos líquidos para gatos, pastas e cremes, mastigáveis naturais, entre outros. A rede Fressnapf oferece diversidade de 542 produtos classificados como “snacks” para cães e 247 para gatos.

¹ https://europeanpetfood.org/wp-content/uploads/2022/03/List_of_EU_legislation_and_other_rules_applicable_to_or_of_relevance_for_pet_food_Status_26-08-2020.docx

² https://europeanpetfood.org/wp-content/uploads/2022/03/FEDIAF_Safety_Guide_February_2018_online.pdf

Figure 8 – Variedade de petiscos para gatos em loja especializada em Berlim



Variedade de apresentações para gatos: petiscos secos, pastosos e líquidos. Fonte: Levantamento do Adido Agrícola

Petiscos com propriedades específicas, como suporte articular, cuidado dental, efeito calmante e função imunológica têm ganhado espaço no mercado e tendem a crescer em participação de vendas.

Gráfico 1- Faturamento da venda de petiscos para cães e petiscos e leite para gatos de 2008 a 2024.



Figura 9 - Petiscos de treinamento e mastigáveis naturais para cães em lojas especializada na Alemanha



Exposição de petiscos voltados ao adestramento, ao lado de snacks mastigáveis naturais ("dog chews"), em formatos lúdicos, incluindo pães e o tradicional Bretzel alemão. Fonte: Levantamento da Adidância Agrícola em Berlim

A Alemanha acompanha a tendência europeia de valorização dos petiscos, com destaque para aqueles com apelo funcional, ingredientes naturais, livres de grãos, formulados com proteínas exóticas ou alternativas e com formatos específicos — seja para promover a saúde bucal, das articulações ou da pelagem.

A demanda de mercado juntamente com o fato de as rações completas precisarem comprovar equilíbrio nutricional e atender a normas estritas de composição (proteína, fibras, minerais etc.), estabelecidas por órgãos como a EFSA (Autoridade Europeia para Segurança Alimentar), tornam os petiscos especialmente potenciais para exportações do Brasil, desde que não se alegue propriedades terapêuticas.

Apesar da ausência de estatísticas específicas para os petiscos mastigáveis naturais — como ossos prensados, cartilagens e produtos à base de couro bovino — devido à amplitude da classificação tarifária, trata-se de um segmento com presença consolidada no varejo especializado alemão. Esses produtos são amplamente utilizados como itens de entretenimento e higiene bucal para cães, apresentando formatos variados e apelo natural. Ainda que os dados sejam limitados, aparentemente trata-se de um nicho promissor para produtos brasileiros, sobretudo considerando a disponibilidade local de matéria-prima e a tradição nacional na industrialização de subprodutos animais.

É importante a identificação de potenciais parceiros comerciais e é recomendável que empresas brasileiras interessadas em acessar o mercado alemão de pet food estabeleçam contato com entidades setoriais locais. Duas associações de destaque são a *Industrieverband Heimtierbedarf (IVH) e. V.*, que representa os fabricantes de alimentos e produtos para animais de estimação na Alemanha, e a *Zentralverband Zoologischer Fachbetriebe Deutschlands e. V. (ZZF)*, que reúne empresas do comércio especializado, incluindo distribuidores e varejistas do setor pet. Ambas as instituições são fontes relevantes de informações regulatórias, tendências de mercado e oportunidades de aproximação com o setor privado alemão.

A Interzoo, feira bienal realizada em Nuremberg, é um dos principais pontos de encontro da indústria global de pet food e representa uma oportunidade para empresas brasileiras estabelecerem contatos comerciais, acompanhar tendências de consumo e conhecer de perto as exigências do mercado europeu. Participar como expositor ou visitante pode facilitar o acesso a parceiros, distribuidores e potenciais compradores no setor.

CONCLUSÃO

O mercado alemão de pet food demonstra maturidade, alto valor agregado e diversificação crescente, com demanda consistente por produtos “naturais”, funcionais e diferenciados. Embora o Brasil ainda não possua participação relevante para esse mercado, há espaço para avanço, especialmente em nichos como petiscos e ingredientes de origem animal. A presença de empresas brasileiras registradas para exportar à União Europeia é um ponto de partida, mas o acesso efetivo depende do alinhamento com os requisitos técnicos, sanitários do Bloco e dependendo do caso, investimento em diferenciação de portfólio. A consolidação de parcerias com distribuidores locais, a participação em eventos setoriais e o diálogo com associações especializadas são caminhos relevantes para ampliar a inserção de produtos brasileiros no setor.