

Um
mundo de
oportunidades

Volume 8
Origem: vegetal

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:

Carolina Eufemia Aquino de Sá

Ângela Pimenta Peres

Estella R. Borges de Brito

Jennifer Santos Costa

Jennya Silva Brito

Manoel Augusto Soares Junior

Marcel Moreira

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 Efrem 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

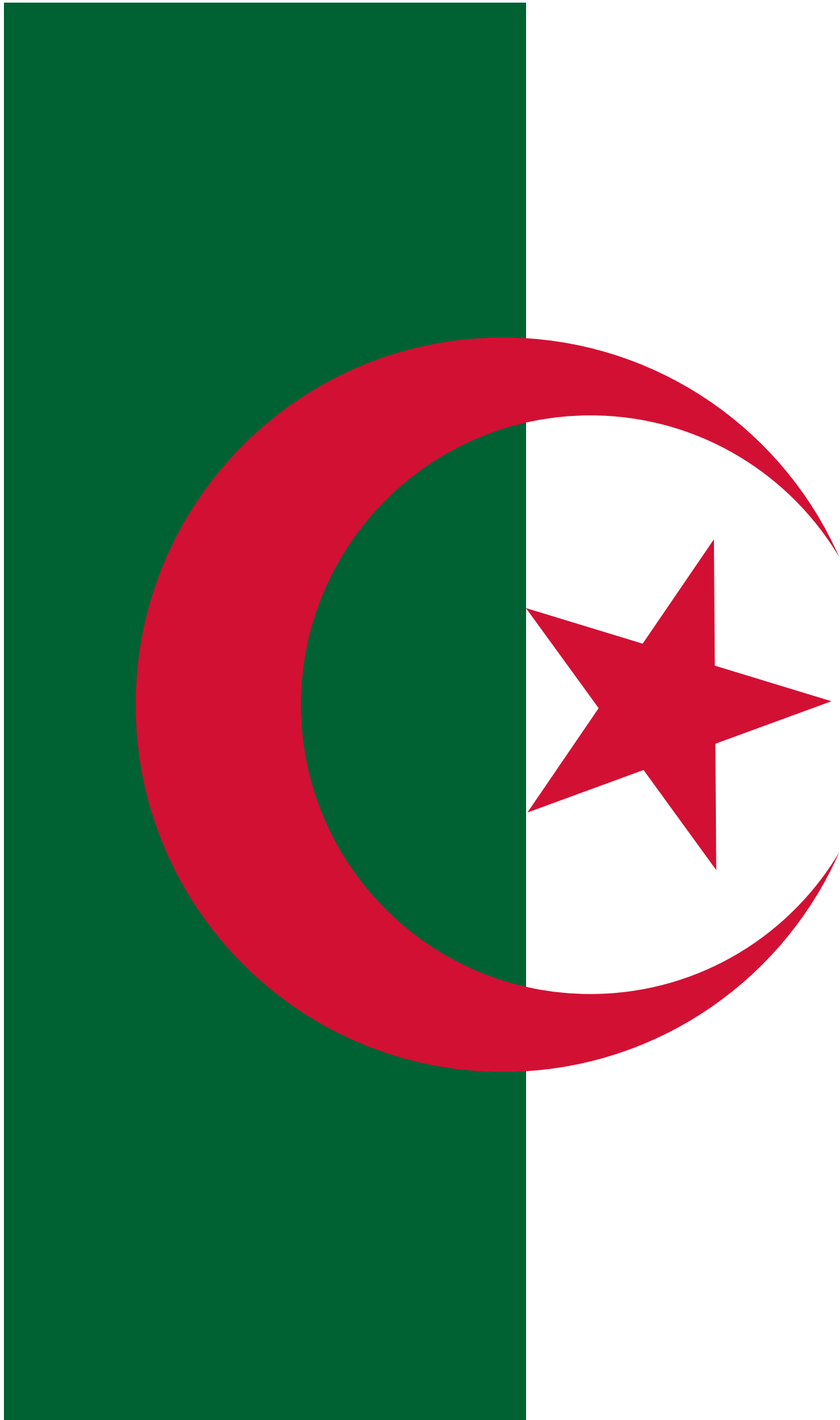
Resumo

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.



O MERCADO DO SUCO DE LARANJA NA ARGÉLIA E SEU POTENCIAL PARA DIVERSIFICAÇÃO DA PAUTA EXPORTADORA

Data: 14/08/2025

Posto: Argel/Argélia

Palavras-chave: suco de laranja; exportação

Responsável: Luciana Pich Gomes – Adida Agrícola em Argel

SUMÁRIO:

A Argélia apresenta forte demanda por bebidas não alcoólicas, especialmente sucos. O mercado cresce de forma constante, impulsionado pela urbanização, aumento do poder aquisitivo e busca por produtos mais saudáveis e naturais. A produção local de cítricos é expressiva, mas o processamento ainda é limitado, gerando dependência de importações de suco concentrado. Em 2024, o Brasil exportou volumes modestos de suco de laranja para a Argélia, enquanto países como Itália, Grécia e França lideram o fornecimento. O país representa um mercado aberto e promissor para ampliar as exportações brasileiras por meio de ações comerciais e de marketing mais estratégicas.

A Argélia apresenta restrições culturais e sociais quanto à aceitação e à difusão de bebidas alcoólicas, o que a torna um mercado expressivo para produtos não alcoólicos. O setor de bebidas não alcoólicas no país vem registrando crescimento constante, impulsionado pela urbanização, pelo aumento do poder aquisitivo da população e pelo interesse crescente dos consumidores por opções mais saudáveis.

O segmento de sucos lidera amplamente o mercado, com forte demanda por produtos acessíveis e práticos. Inovações envolvendo sabores exóticos, combinações de frutas e vegetais e sucos enriquecidos com vitaminas têm ganhado destaque, como ilustrado nas figuras 1 e 2. As variedades não concentradas vêm conquistando maior valorização, reconhecidas por sua autenticidade e frescor. Esses produtos premium têm ampliado sua participação no mercado, estimulados pela preferência por alternativas naturais e de origem local, sem adição de açúcares ou aditivos artificiais.



Figura 1: Foto de prateleira de mercado contendo variedade de bebidas não alcoólicas a base de sucos em pequeno mercado típico na Argélia. Autoria: Adida Agrícola em Argel



Figura 2: Foto de prateleira de mercado contendo variedade de bebidas não alcoólicas a base de sucos em grande supermercado na Argélia. Autoria: Adida Agrícola em Argel



Figura 3: Foto de prateleira de mercado contendo grande superfície utilizada para ofertar sucos diversos em pequeno mercado típico na Argélia. Autoria: Adida Agrícola em Argel



Figura 4: Foto de prateleira de mercado contendo variedade de bebidas não alcoólicas a base de sucos em grande supermercado na Argélia, com grande superfície utilizada para ofertar produtos a base de laranja. Autoria: Adida Agrícola em Argel

A Argélia produz cerca de 1,8 milhão de toneladas de frutas cítricas por ano, predominantemente laranjas, destinadas, em sua maioria, ao consumo “in natura”. O processamento local ainda é limitado: empresas como Rouiba e Agrana desenvolvem polpas, concentrados e néctares, mas a produção nacional permanece insuficiente para atender à demanda interna. Iniciativas como as da Golden Drink buscam alcançar a autossuficiência em concentrados por meio de pomares cultivados de forma intensiva, com irrigação, nas regiões de M'sila e Djelfa.

Apesar desses esforços, o país mantém forte dependência das importações de suco concentrado para suprir a indústria nacional, que se encontra em expansão, com o ressurgimento de unidades especializadas, como a Toudja, em Béjaïa, voltada à produção de purê de laranja, polpa e concentrado. O setor conta, ainda, com a presença de pequenas e microempresas, bem como de companhias agroalimentares ativas na transformação e embalagem, revelando potencial para o desenvolvimento de cadeias produtivas mais integradas.

De acordo com dados do TradeMap®, em 2024 o Brasil exportou apenas 28 toneladas de suco de laranja concentrado e congelado (SH 080590) para a Argélia. Outros tipos de suco de laranja, como o não fermentado com teor de Brix menor ou igual a 20° (SH 200912), foram importados principalmente da França, totalizando 11 toneladas. Já a categoria SH 200919, que abrange demais tipos de suco de laranja, apresentou importações significativamente maiores, com quase 2,5 mil toneladas provenientes da Itália, Grécia e França, somando um valor próximo a US\$ 5 milhões.

O suco de laranja é, em média, sujeito às seguintes taxações na Argélia:

- Suco de laranja congelado sem adição de açúcar: Direitos aduaneiros de 15%, TCS (Imposto complementar de solidariedade para o financiamento do fundo nacional de solidariedade) de 3%, PRCT de 2% e IVA (Imposto sobre o valor acrescentado) de 19%.
- Suco de laranja não congelado, com valor Brix não superior a 20 e sem adição de açúcar: Direitos aduaneiros de 30%, TCS (Imposto complementar de solidariedade para o financiamento do fundo nacional de solidariedade) de 3%, PRCT de 2%, IVA (Imposto sobre o valor acrescentado) de 19% e DAPS (Direito Provisório de Salvaguarda) de 70%.

Considerando, também, o potencial exportador de grandes empresas argelinas fabricantes de refrigerantes e bebidas não alcoólicas à base de frutas, com presença consolidada na Europa e em outros países africanos, observa-se que a Argélia se configura como um mercado aberto e de alto potencial para a diversificação dos destinos do suco de laranja concentrado e congelado brasileiro. Nesse contexto, estratégias específicas de marketing e de promoção comercial para o produto na Argélia poderiam gerar retornos significativos para o setor.

Uma excelente oportunidade para ampliar a visibilidade e estabelecer contatos comerciais é a participação na Feira Djazagro, realizada anualmente em Argel. O evento é amplamente frequentado por representantes da cadeia de suprimentos alimentícios do país. A edição de 2025 contou com ampla presença de expositores e visitantes, conforme registrado pela adidância agrícola. A próxima edição está prevista para ocorrer entre os dias 12 e 15 de abril de 2026, na capital argelina.



Figura 5: fotografias feitas pela adidância na feira Djazagro 2025.