

Um  
mundo de  
oportunidades

Volume 5  
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](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.



# FEIRA FINE FOOD AUSTRÁLIA 2025

Data: 15/05/2025

Local: Camberra/Austrália

Palavras-chave: exportação; Austrália; promoção comercial; feira.

Responsáveis: Daniela de Moraes Aviani, Adida Agrícola em Camberra; Uran Joshi, Assistente Técnico

## SUMÁRIO:

A Fine Food Austrália é a principal porta de entrada para exportadores ingressarem ou consolidarem sua presença no mercado da Austrália. O segmento de serviços especializados em refeições (restaurantes, cafeterias, hotéis) espera encontrar na feira atualizações no ramo industrial, como equipamentos, ingredientes, preparações que proporcionem aprimoramento dos serviços prestados, com ganhos de eficiência e redução de custos operacionais. Supermercados e varejistas, por sua vez, buscam lançamentos e diversidade de produtos, com ênfase em conveniência e atributos ligados à saúde e bem-estar, características cada vez mais valorizadas pelo consumidor australiano. Produtos como açaí, castanha-do-brasil e café especial têm a chance de ampliar a participação no mercado australiano. A presença brasileira também poderia ser destacada por meio de cachaças, condimentos autênticos e ingredientes e equipamentos voltados à panificação e ao food service.

## **A Fine Food Austrália como Vitrine para o Setor de Alimentos e Bebidas**

A Fine Food Australia (<https://finefoodaustralia.com.au/>) é a maior feira da indústria alimentícia no país, voltada exclusivamente ao público profissional da cadeia de alimentos, hospitalidade, food service, panificação, tecnologia de varejo e bebidas. Com mais de 40 anos de história, a feira reúne anualmente cerca de 24 mil visitantes e mais de 900 expositores de mais de 30 países.

A edição de 2025 ocorrerá entre os dias 8 e 11 de setembro em Sydney e contará com 12 segmentos distintos, incluindo categorias especialmente relevantes para produtos brasileiros como: Vida Saudável, Alimentos e Produtos Especiais, Ingredientes para Panificação, Bebidas e Café & Chá. O evento serve como porta de entrada para o varejo australiano, sendo reconhecido por reunir compradores de todo o país e da Nova Zelândia, além de distribuidores asiáticos em busca de fornecedores sustentáveis e inovadores.

### **Tendências do Mercado Australiano e Oportunidades para Exportadores Brasileiros**



O consumidor australiano demonstra um interesse crescente por produtos alimentícios inovadores, saudáveis e de alta qualidade, com uma forte inclinação para opções de origem vegetal. Essa tendência é impulsionada pela busca por um estilo de vida mais saudável, preocupações com a sustentabilidade e a crescente popularidade de dietas vegetarianas e veganas. Nesse contexto, produtos brasileiros como superfrutas (açaí, acerola, guaraná), castanhas (castanha-do-brasil), frutas tropicais processadas (polpas, sucos, geleias), além de bebidas como cachaça, e ingredientes para a indústria alimentícia possuem um potencial significativo de aceitação. Sem mencionar o espaço consolidado do café brasileiro na Austrália, que facilita a apresentação dos tipos especiais.

Para além dos alimentos e bebidas, a feira expõe uma vasta gama de equipamentos de catering, tecnologia para varejo e foodservice, e soluções de embalagem, destacam-se produtos industrializados, como misturas para panificação, molhos, condimentos e ingredientes para a indústria. Produtos vegetais brasileiros podem encontrar nichos importantes nesse segmento, seja como ingredientes para formulações inovadoras (ex: farinhas funcionais, extratos vegetais) ou como produtos acabados com apelo de conveniência e saudabilidade.



Fonte: Adidância Agrícola de Camberra

## Estratégias para Exportadores Brasileiros com Interesse em Expor na Fine Food Australia

**Pesquisa de Mercado:** Antes de participar da feira, é fundamental realizar uma pesquisa sobre o mercado australiano, identificando nichos específicos, concorrentes locais e internacionais, requisitos regulatórios e análise das preferências dos consumidores locais.

**Adaptação do Produto:** Avalie a necessidade de ajustar embalagens, rotulagem (em inglês, conforme as normas do Food Standards Australia New Zealand) e até mesmo formulações, quando aplicável, para atender ao perfil de consumo local. O apelo visual e a clareza de informações (como origem, ingredientes naturais, ausência de alérgenos e certificações) são determinantes para conquistar espaço no varejo.

**Material Promocional de Qualidade:** Invista em folhetos/catálogos atraentes em inglês que valorizem a história da empresa, os diferenciais dos produtos e seu alinhamento com valores apreciados no mercado australiano, como sustentabilidade, origem ética, produção familiar e inovação. Relatos de impacto positivo em comunidades locais e certificações de boas práticas podem ser decisivos na percepção do comprador.

**Participação Ativa:** Pesquise e entre em contato com potenciais compradores antes da feira para agendar reuniões, aumentando as chances de conversão. Participe de eventos paralelos e de networking promovidos pela feira e seus parceiros. Fora do recinto da feira, visite supermercados, empórios e lojas especializadas para entender o posicionamento de produtos similares nas gôndolas e o perfil dos canais de distribuição.

**Amostras e Degustação:** Oferecer amostras e realizar degustações no estande é uma forma eficaz de atrair visitantes e demonstrar a qualidade dos produtos. Considere também preparar apresentações rápidas com harmonizações ou sugestões de uso culinário, conectando o público à cultura brasileira de forma sensorial e memorável.

## Sugestões de Produtos com Potencial

- **Superalimentos brasileiros** como açaí, castanha-do-brasil, guaraná e cupuaçu seguem em alta, especialmente quando associados a atributos de sustentabilidade e rastreabilidade. A narrativa de origem amazônica ou de biomas brasileiros é valorizada, sobretudo quando vinculada à produção ética e responsável.
- **Café especial**, na esteira do café comum brasileiro - o mais consumido na Austrália - pode ser promovido por meio de experiências sensoriais (cuppings guiados, harmonizações) e da apresentação de microlotes, torrefações artesanais e perfis sensoriais únicos, quando possível, ressaltando peculiaridades que agregam valor intangível ao produto.
- **Cachaça:** Após a autorização da importação da cachaça não envelhecida, abre-se espaço para a promoção da caipirinha em versões ready-to-drink (RTD), conceito já bastante popular no país. A combinação com frutas nativas brasileiras pode agregar valor e diferenciar o produto.
- **Snacks saudáveis**, como chips de mandioca, banana ou batata-doce, barras de frutas e sementes e mixes de nuts e castanhas, se alinham ao perfil de consumo australiano de alimentos práticos, nutritivos e com apelo natural.
- Molhos, condimentos e especiarias que tragam a autenticidade da culinária brasileira (como pimenta biquinho, tucupi, chimichurri do sul ou ervas da Amazônia) podem despertar a curiosidade de chefs e do público gourmet.

## Custo e Contato

O investimento para montagem de estandes básicos individuais (9m<sup>2</sup>) parte de aproximadamente US\$ 6 mil. Para mais informações sobre a participação na feira e apoio institucional, entre em contato com a Adidância Agrícola em Camberra: [adido.camberra@agro.gov.br](mailto:adido.camberra@agro.gov.br)