

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 Agrolnsight 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 Agrolnsight 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

Posto: Camberra/Austrália

Palavras-chave: Austrália; carne bovina; projeção 2025.

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

SUMÁRIO:

A Fine Food Australia 2025, maior feira da indústria alimentícia do país, representa uma vitrine estratégica para exportadores brasileiros de alimentos e produtos do segmento. Com rígidas barreiras sanitárias que restringem o ingresso de carnes in natura, a recente abertura do mercado australiano para pescados cultivados, extrativos e camarões posiciona a aquicultura nacional de forma vantajosa. A feira oferece oportunidades de inserção junto a canais de food service e varejo, com forte demanda por produtos sustentáveis, práticos e com valor agregado. Destacam-se o potencial da tilápia para o 'fish and chips', os camarões e produtos porcionados voltados à conveniência. Também há espaço para carnes esterilizadas, como alternativas viáveis às restrições sanitárias. É também excelente oportunidade para exportadores de equipamentos para serviços de alimentação e de cozinha profissional.

A Fine Food Austrália como Vitrine para o Setor de Alimentos e Alimentação

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 recebe 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

Consumidores australianos valorizam produtos com garantia de origem, bem-estar animal, sustentabilidade e conveniência, estabelecendo um cenário exigente para exportadores. Um dos principais entraves ao ingresso de produtos de origem animal são as rigorosas barreiras sanitárias que refletem a abordagem cautelosa adotada pelas autoridades australianas para proteger seu status zoossanitário. Isso sujeita a importação de carnes, lácteos e ovos a longos processos de análise de risco e ao atendimento de exigências técnico-normativas específicas, como equivalência de sistemas de inspeção, rastreabilidade e segregação sanitária. Como consequência, o acesso a esse mercado é concedido apenas a um grupo restrito de países.

O Brasil, até o momento, não está habilitado a exportar carnes bovina, suína ou de aves in natura para a Austrália, devido à ausência de avaliações de risco concluídas. A única exceção é a comercialização de carnes termoprocessadas, geralmente enlatadas, submetidas a processos de esterilização comercial que eliminam riscos sanitários — o que representa uma via alternativa de entrada para produtos cárneos brasileiros.

Diante desse cenário restritivo, a recente abertura do mercado para pescados brasileiros ganha especial relevância e posiciona a aquicultura nacional em vantagem estratégica frente às demais cadeias de proteína animal. Desde 2024, o Brasil está habilitado a exportar pescados cultivados, espécies oriundas da pesca extrativa e diferentes tipos de camarão ao mercado australiano. A tilápia, em particular, desponta como alternativa competitiva para o tradicional fish and chips, prato emblemático e amplamente consumido no país. A combinação entre sabor leve, boa textura e apelo sustentável faz da tilápia uma opção altamente competitiva, com alto potencial de aceitação entre consumidores e operadores do setor de alimentação fora do lar.

Durante a Fine Food Australia, os exportadores brasileiros terão a oportunidade de interagir com diversos segmentos do mercado, em especial com o setor de serviços especializados em refeições - como restaurantes, cafeterias e hotéis - que buscam ingredientes de alta qualidade, seguros e com diferencial de valor. Paralelamente, supermercados e varejistas ficam atentos a lançamentos e à diversidade de produtos com apelo à conveniência, saudabilidade e preparo rápido, atributos em alta nas preferências de consumo local.

Adicionalmente, para além dos alimentos e bebidas, a feira também apresenta soluções industriais para toda a cadeia, sendo uma excelente oportunidade para exportadores de equipamentos para serviços de alimentação e cozinha profissional, tecnologia para varejo e food service, embalagens e ingredientes processados. Entre os destaques, figuram misturas para panificação, molhos, condimentos e ingredientes funcionais, ampliando as possibilidades de inserção comercial para produtos brasileiros com valor agregado.

Aqui surge a oportunidade para ampliar exportações brasileiras de produtos cárneos esterilizados para Austrália, como carne bovina ou de frango enlatada, que atendem aos requisitos de biossegurança australianos por passarem por processos térmicos de alta intensidade (esterilização comercial). O segmento de alimentos de longa vida útil, especialmente voltado a situações de consumo rápido ou em contextos remotos (como escolas, forças de segurança, mineração e eventos esportivos), demonstra demanda crescente por itens proteicos prontos para o consumo, com apelo de praticidade, segurança e redução de desperdício.

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

Pesquisa de Mercado: Antes da participação na feira, é fundamental realizar uma análise detalhada sobre o mercado australiano, incluindo identificação de nichos promissores, concorrência local e internacional, exigências regulatórias e perfis de consumo.

Adaptação do Produto: Avaliar a necessidade de adequação de rótulos (em inglês, conforme as normas do Food Standards Australia New Zealand) embalagens e até mesmo formulações para atender ao perfil do consumidor australiano. Clareza nas informações — como origem, ingredientes naturais, ausência de alérgenos e certificações — é fator decisivo na conquista de espaço no varejo.

Material Promocional de Qualidade: Investir em catálogos e folhetos em inglês que comuniquem não apenas as características técnicas dos produtos, mas também sua história, sustentabilidade, produção familiar ou impacto social. Relatos de boas práticas e certificações reconhecidas internacionalmente agregam valor intangível e credibilidade.

Participação Ativa: Contatar compradores e distribuidores com antecedência para agendamento de reuniões durante a feira. Participar de eventos paralelos de networking e visitas técnicas também amplia as chances de inserção comercial. Visitar supermercados e empórios locais permite observar o posicionamento de produtos similares nas gôndolas e identificar estratégias de precificação e comunicação visual.

Amostras e Degustação: Oferecer degustações no estande é uma forma eficiente de atrair visitantes e demonstrar a qualidade sensorial dos produtos. Sempre que possível, realizar harmonizações ou apresentar sugestões de preparo pode conectar o público à cultura brasileira de forma memorável e interativa.

Sugestões de Produtos com Potencial – Pescados Brasileiros

- Filés de tilápia congelados, representam excelente alternativa para o setor de food service australiano, especialmente como substituto em preparações tradicionais como o fish & chips. A rastreabilidade, o cultivo sustentável e a ausência de antibióticos são atributos valorizados por compradores institucionais e redes varejistas.
- Camarões de cultivo, reconhecidos pela qualidade sanitária e sabor, podem ser promovidos como alternativa premium aos produtos asiáticos. A valorização de boas práticas aquícolas e certificações ambientais pode destacar o camarão brasileiro no segmento de hospitalidade e em linhas gourmet do varejo.
- Produtos com valor agregado, como empanados, cortes porcionados individuais (IQF - individually quick frozen), cubos e steaks de peixe branco, atendem à crescente demanda por conveniência no preparo, especialmente no canal institucional, como hospitais, escolas e serviços de bordo. A combinação de conveniência com responsabilidade socioambiental pode facilitar a entrada em redes que priorizam compras éticas.
- Apresentações voltadas para nichos étnicos, como tilápia inteira limpa (sem cabeça e sem escamas), camarão com casca ou pescados inteiros eviscerados (sem cabeça), são especialmente demandadas por comunidades asiáticas nas principais cidades australianas e podem ampliar a aceitação em supermercados independentes e lojas especializadas.

Custo e Contato

O investimento para montagem de estandes básicos individuais (9m²) 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

Fonte: ITC, Trademap.