

Um  
mundo de  
oportunidades

Volume 9  
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 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](http://www.gov.br/agricultura)).

Catálogo na Fonte

Biblioteca Nacional de Agricultura – BINAGRI



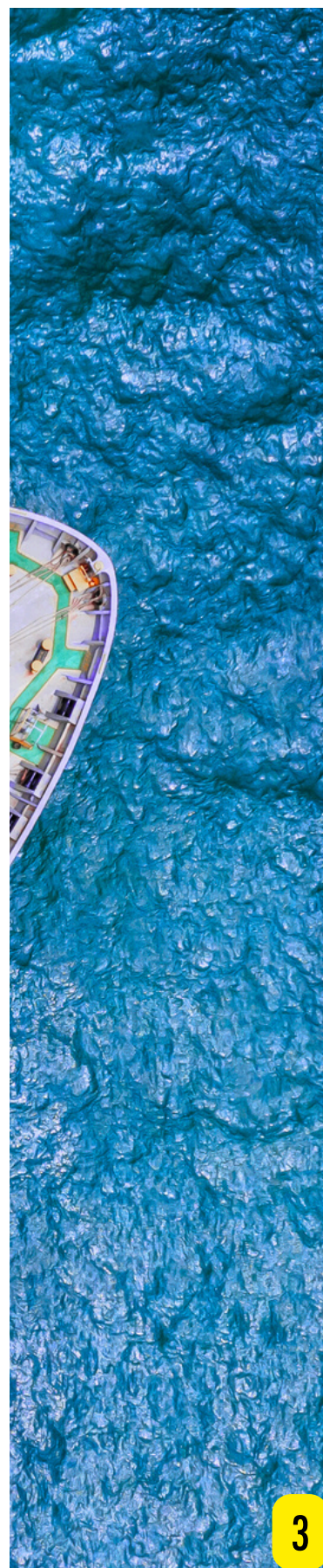
# Resumo

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.







# **ÁGUA DE COCO NA UE: TENDÊNCIAS DE CONSUMO, MERCADOS- CHAVE E POTENCIAL PARA EXPORTADORES**

Data: 15/09/2025

Posto: Bruxelas/Bélgica-UE

Palavras-chave: União Europeia; água de coco; bebidas saudáveis; tendências de consumo; orgânicos

Responsável: Glauco Bertoldo

## **SUMÁRIO:**

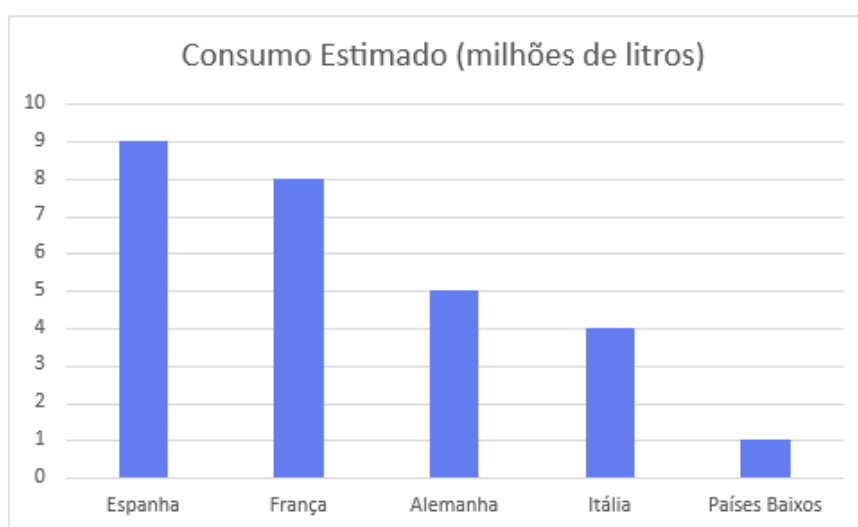
O mercado europeu de água de coco está em franca ascensão, com projeções de crescimento anual de 10%, impulsionado pela crescente demanda por bebidas saudáveis, funcionais e de base vegetal. A Europa representa 10% do mercado global de varejo, com a maior parte da água de coco importada em sua forma não concentrada (NFC) de fornecedores asiáticos, como Tailândia e Filipinas. Países como Espanha, França e Alemanha lideram o consumo, valorizando o produto por suas propriedades de hidratação e baixo teor calórico. O Brasil, um dos maiores produtores mundiais, ainda tem uma presença limitada na Europa, mas possui uma oportunidade significativa para expandir sua participação. Ele pode se diferenciar no mercado ao focar em cocos jovens para oferecer um sabor superior e explorar nichos como o de produtos orgânicos, alinhando-se às tendências europeias.

O mercado europeu de água de coco apresenta um crescimento estável, impulsionado por mudanças nos padrões de consumo. A popularidade de bebidas funcionais e à base de plantas é um fator-chave, com a indústria de bebidas inovando com soluções mais saudáveis que incorporam a água de coco como ingrediente principal. França, Espanha, Alemanha, Itália e Países Baixos oferecem oportunidades significativas para fornecedores de países em desenvolvimento. Embora o consumo na Europa ainda seja baixo em comparação com outras partes do planeta, o setor cresce rapidamente, com taxas anuais de 15-20% nos últimos cinco anos, projetando-se um aumento de cerca de 10% ao ano nos próximos anos. A água de coco é vista como uma opção saudável para reidratação e como base para bebidas de baixa caloria e esportivas.

Segundo a regulamentação da UE, a água de coco é reconhecida oficialmente como suco de coco (em 2024 houve uma alteração do regulamento incluindo a denominação água de coco como sinônimo). Na Europa, a maior parte é processada e embalada, com formas predominantes como água de coco não concentrada (NFC), concentrada (geralmente a 60° Brix para economia de transporte) e congelada. Tecnologias como processamento UHT garantem a preservação da qualidade, evitando contaminação microbiológica, enquanto inovações como microfiltração mantêm o sabor natural sem necessidade de cadeia fria.

Estima-se que o consumo europeu de água de coco atinja cerca de 65 milhões de litros anualmente, representando aproximadamente 10% do mercado global no varejo. Cerca de 95% das importações são de NFC, principalmente de cocos maduros, com fornecedores de países como Tailândia, Filipinas, Sri Lanka e Vietnã dominando o suprimento.

Gráfico 01. Países da UE que mais consomem água de coco



Fonte: Autentika Global

Entre os países com maior potencial, a Espanha destaca-se com consumo estimado em 9 milhões de litros em 2024, importando principalmente da Tailândia (85% das importações diretas). Inovações como bebidas com colágeno impulsionam o mercado. Na França, o consumo chega a 8 milhões de litros, com Tailândia, Filipinas e Sri Lanka como principais fornecedores, e marcas como Vita Coco e Vaïvaï liderando, além de misturas em sucos de baixa caloria.



A Alemanha, com 5 milhões de litros consumidos, é líder em água de coco orgânica, importando 70% de Sri Lanka. Já a Itália consome cerca de 4 milhões de litros, com Tailândia dominando (80%), e um mercado dinâmico de produtos orgânicos e funcionais. Os Países Baixos atuam como hub comercial, importando mais de 7 milhões de litros (principalmente das Filipinas e Sri Lanka), mas consumindo apenas 1 milhão e reexportando o resto via empresas como a Refresco.

Tabela 01. Importadores de água de coco da UE e respectivos fornecedores (2024)

| País          | Principais Fornecedores e Participação (%)                     |
|---------------|----------------------------------------------------------------|
| Espanha       | Tailândia (85%), Filipinas, Sri Lanka, Vietnã                  |
| França        | Tailândia (40%), Filipinas (30%), Sri Lanka (25%)              |
| Alemanha      | Sri Lanka (70%), Tailândia (20%), Filipinas (3%), Brasil (2%)  |
| Itália        | Tailândia (80%), Sri Lanka (5%), Brasil (5%), Filipinas (4%)   |
| Países Baixos | Filipinas (40%), Sri Lanka (30%), Tailândia (20%), Brasil (3%) |

Fonte: Autentika Global

Tendências positivas incluem a demanda por bebidas de hidratação natural, com a água de coco posicionada como isotônica natural rica em potássio, ideal para pós-exercício, contrastando com opções artificiais. O mercado de bebidas esportivas na Europa deve crescer 6% ao ano, alcançando US\$ 4,8 bilhões até 2033. Outra oportunidade é a redução de açúcar em sucos de frutas, onde a água de coco, com apenas 18 kcal por 100 ml, melhora o perfil nutricional (de 'C' para 'B' no Nutri-Score), como visto em produtos da Eckes Granini. Além disso, o aumento de dietas plant-based impulsiona seu uso em bebidas vegetais, reduzindo açúcar e aprimorando sabor.

O Brasil, quarto maior produtor mundial de cocos, destaca-se por pioneirar o mercado internacional de água de coco, focando em cocos verdes jovens onde a água é o produto primário, diferentemente da Ásia, que a obtém como subproduto. No entanto, sua presença na UE é limitada: em 2024, exportou apenas 370 mil litros para o bloco, concentrados em Países Baixos (61%), Itália (14%) e Alemanha (11%). Do total exportado pelo Brasil, 95% são direcionados aos EUA. Oportunidades surgem da crescente demanda europeia por hidratação natural e orgânicos, onde o Brasil pode explorar sua expertise em cocos jovens para oferecer sabor superior e produtos premium, especialmente em mercados como Alemanha (orgânicos) e França (funcionais).

Para capitalizar essas oportunidades, o Brasil deve expandir além dos EUA, investindo em certificações para competir com Sri Lanka, e utilizando os Países Baixos como porta de entrada para distribuição. Desafios incluem tarifas e cadeias estabelecidas asiáticas, mas o foco em inovação, como misturas de baixa caloria e bebidas plant-based, alinhado a tendências europeias de redução de açúcar e dietas vegetais, pode impulsionar o crescimento. Por fim, o Brasil tem espaço para aumentar sua fatia no mercado em ascensão da UE.