

Um
mundo de
oportunidades

V.6 2026

AGRO INSIGHT



Institucional

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA

Presidente da República

ANDRÉ CARLOS ALVES DE PAULA FILHO

Ministro de Estado da Agricultura e Pecuária

CLÉBER OLIVEIRA SOARES

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

MARCELO NARVAES FIADDEIRO

Secretário de Inovação, Desenvolvimento Sustentável, Irrigação e Cooperativismo do Ministério da Agricultura e Pecuária

CIBELLE DE ANDRADE SILVA

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

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:

Luís Rua

Augusto Billi

Carolina Eufemia Aquino de Sá

Ângela Pimenta Peres

Jennifer Santos Costa

Jennya Silva Brito

Equipe Técnica:

Rodrigo Lopes de Almeida

Eduardo Sampaio Marques

José Guilherme Tollstadius Leal

Caio César Simão

Luciana Pich Gomes

Juçara Aparecida André Dokonal

Eduardo Magalhães

Silvio Luiz Rodrigues Testaseca

Glauco Bertoldo

Nilton Antônio de Moraes

Alessandro Fidelis

Rodrigo do Espírito Santo Padovani

Leandro Diamantino Feijó

Jean Felipe Celestino Gouhie

Clóvis Augusto Versalli Serafini

Tiago Charão

Priscila Rech Pinto Moser

Rafael Mohana de Carvalho Refosco

Vanessa Medeiros de Jesus

Ana Lúcia de Paula Viana

Fabiana Villa Alves

Virgínia Arantes Ferreira Carpi

Roberto Carlos Papa

Carlos Turchetto

Fernanda Mascarenhas Magalhães

André Okubo

Dalci de Jesus Bagolin

Ellen Elizabeth Laurindo

Luna Lisboa

Frederique Abreu

Andréa Moura

Warley Campos

Márcio Rezende Evaristo Carlos

Marco Túlio Santiago

Luiz Cláudio de Santana e Caruso

Lucas Fiuza

Ana Carolina Miranda Lamy

Diego Leonardo Rodrigues

Marcelo Cláudio Pereira

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 André de Paula 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.





ERVA-MATE – OPORTUNIDADES NO MERCADO CANADENSE PARA DERIVADOS DE VALOR AGREGADO

Data: 12/06/2026

Posto: Ottawa/Canadá

Palavras-chave: erva-mate, mercado canadense, produtos agropecuários, exportações; incremento de comércio; comércio internacional.

Responsáveis: Alessandro Cruvinel Fidelis e Arthur Blois Villela.

SUMÁRIO:

A erva-mate está deixando de ser um produto regional para se consolidar como um ingrediente funcional global, impulsionado pela demanda por bebidas saudáveis e convenientes. Ao mesmo tempo, o Brasil, apesar de liderar a produção, enfrenta o desafio e a oportunidade de avançar na agregação de valor e ampliar sua presença em mercados internacionais mais sofisticados. A produção nacional de erva-mate combina sistemas cultivados e nativos, conferindo ao Brasil um diferencial em sustentabilidade e diversidade produtiva. Paralelamente, a diversificação do consumo e o avanço de produtos como extratos e bebidas prontas ampliam o potencial da erva-mate como ingrediente estratégico em mercados globais. O mercado de bebidas prontas no Canadá apresenta crescimento consistente, impulsionado pela demanda por produtos saudáveis, funcionais e convenientes, com forte concorrência e necessidade de diferenciação. Nesse cenário, a erva-mate surge como uma oportunidade estratégica, alinhada às tendências de energia natural e bem-estar, com potencial de inserção e expansão no segmento RTD (Ready to Drink). A agregação de valor por meio de extratos posiciona a erva-mate como ingrediente estratégico em cadeias industriais de maior valor, especialmente em bebidas funcionais e energéticos naturais. Essa mudança permite ao Brasil sair do papel de exportador de commodity para fornecedor global de insumos, ampliando margens e competitividade. O Canadá, por apresentar características de mercado sofisticado e possuir uma indústria alimentícia desenvolvida, pode ser uma porta de entrada para essa mudança de posicionamento brasileiro.

Panorama do Mercado - Dimensão e Valor

A cadeia produtiva da erva-mate expande-se significativamente para além do consumo tradicional do chimarrão e do tereré, consolidando-se como um setor complexo, dinâmico e em franca transformação. O mercado atravessa uma transição estratégica: deixa de ser um hábito predominantemente regional para se posicionar como um ingrediente funcional de alcance global. Esse movimento é impulsionado pela ascensão de novas categorias, como as bebidas prontas para o consumo (RTD – Ready to Drink), energéticos naturais, extratos concentrados e aplicações inovadoras na indústria cosmética, claros indicadores da rápida sofisticação e diversificação do setor.

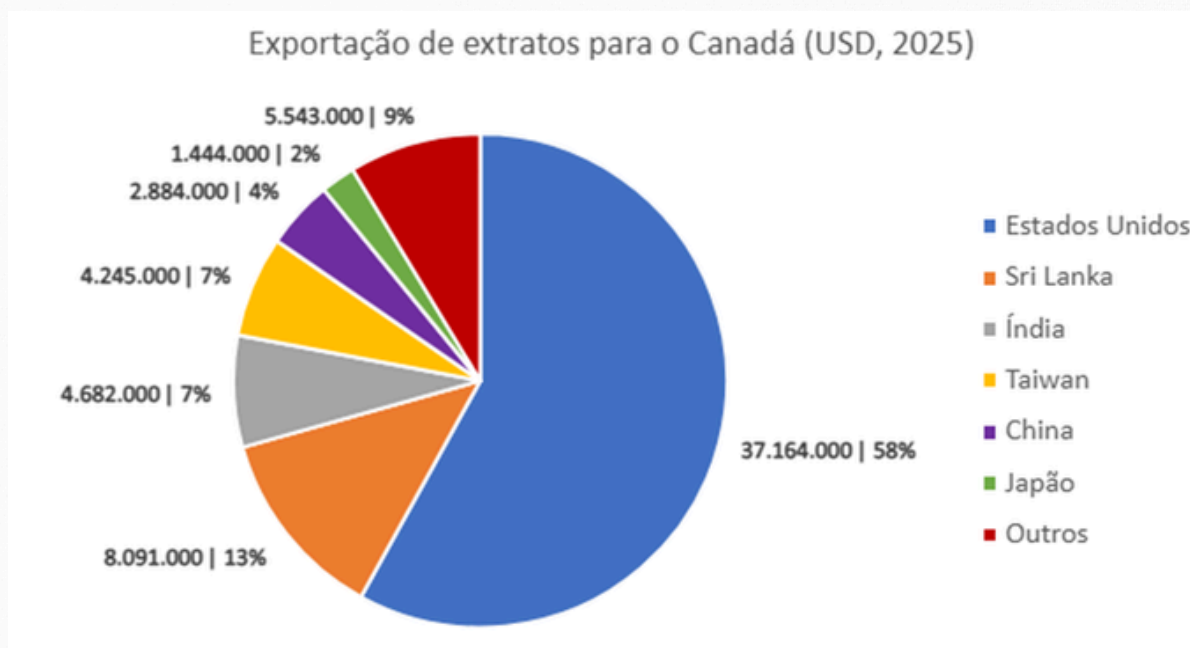
Ao mesmo tempo, essa expansão traz desafios importantes, como a necessidade de padronização da qualidade, diferenciação de produtos, construção de marcas sólidas e adaptação às exigências regulatórias de mercados cada vez mais competitivos e internacionalizados. Nesse cenário, atuar no mercado de erva-mate exige mais do que conhecimento produtivo ou industrial: é fundamental compreender o comportamento do consumidor, as tendências de saúde, a dinâmica da cadeia de valor e as estratégias de posicionamento que geram valor percebido.

A erva-mate possui um diferencial único: reúne história, cultura e funcionalidade em um único produto. Esses três pilares sustentam seu potencial de crescimento no cenário mundial. A integração de tradição com inovação, valorizando a origem ao mesmo tempo em que atende às novas demandas do mercado, é um caminho para um novo posicionamento.

O Brasil se destaca como um dos principais produtores mundiais de erva-mate. De acordo com a Embrapa, este setor já viveu um ciclo econômico de grande relevância, sendo conhecido como “Ouro Verde”, passou por um longo período de estagnação, acompanhado pela redução de investimentos e pelo baixo desenvolvimento tecnológico. Atualmente, embora ainda distante do auge histórico, o setor apresenta sinais de retomada, impulsionado principalmente pela crescente valorização da erva-mate no mercado internacional.

Os números reforçam esse potencial de expansão global. Atualmente, o comércio mundial da categoria SH 0903 (mate) movimenta cifras expressivas, setor no qual o Brasil se consolidou como o maior exportador mundial nos últimos anos, exportando cerca de US\$ 100 milhões e mantendo uma constante disputa de liderança com a Argentina. Dentro desse panorama internacional, o mercado canadense de erva-mate movimentou cerca de US\$ 1,4 milhão em 2025, com o Brasil respondendo por aproximadamente 30% desse valor, um patamar que, revela uma clara margem para ampliação do volume brasileiro.

Por outro lado, observa-se uma lacuna significativa na agregação de valor. No segmento de produtos processados, como extratos, concentrados e preparações de chá e mate (SH 210120), o Canadá importou cerca de US\$ 64 milhões, com participação praticamente inexistente do Brasil, como ilustra o gráfico a seguir. Esse dado evidencia que, apesar de o país produzir e exportar esses derivados, sua inserção ainda é limitada em mercados estratégicos, concentrando-se principalmente em destinos como os Estados Unidos, para onde foram enviados US\$ 15,5 milhões em 2025



Fonte: Trade Map, elaborado pela Adidância em Ottawa.

Esse cenário evidencia uma oportunidade estratégica: ampliar a presença brasileira em mercados de maior valor agregado, especialmente em produtos industrializados e prontos para consumo. O mercado global de erva-mate está, de fato, em plena expansão, ultrapassando seus redutos tradicionais na América Latina e ganhando espaço como uma tendência relevante no segmento de bebidas funcionais na América do Norte e na Europa, além de apresentar crescimento acelerado na região Ásia-Pacífico.

Essa internacionalização é impulsionada pela inovação em produtos, com versões aromatizadas, convenientes e adaptadas aos estilos de vida modernos, e pelo alinhamento com tendências como bem-estar, sustentabilidade e clean label. Assim, a erva-mate se posiciona não apenas como uma bebida tradicional, mas como um ativo estratégico no mercado global de produtos saudáveis, abrindo caminho para novos investimentos, inovação e expansão de mercado.

Produção nacional e potencialidade

A erva-mate é uma espécie nativa do Brasil, e uma característica marcante do setor é que uma parcela significativa da matéria-prima, cerca de um terço, ainda provém de ervais considerados nativos, ou seja, áreas onde as plantas se desenvolvem naturalmente em ambientes de floresta. Esse fator confere ao produto um diferencial importante em termos de sustentabilidade e identidade territorial. Paralelamente, o cultivo intencional também vem ganhando espaço, sendo realizado em sistemas variados, cultivos exclusivos, consórcios com árvores sombreadoras e até no adensamento de ervais nativos, evidenciando a diversidade de modelos produtivos presentes na cadeia.

O consumo de erva-mate também tem passado por uma transformação relevante. Embora o uso tradicional, com folhas soltas para chimarrão e tereré, ainda seja predominante nos países de origem, novas formas de consumo vêm surgindo e ampliando o alcance do produto. Hoje, o mercado inclui uma gama diversificada de formatos modernos, como bebidas prontas para consumo (RTD – Ready to Drink), extratos em pó, concentrados para aplicação em alimentos e bebidas, saquinhos de chá e ingredientes incorporados a suplementos alimentares, alimentos funcionais e até cosméticos. Essa diversificação é impulsionada principalmente pela crescente demanda mundial por bebidas funcionais e por fontes naturais de energia, posicionando a erva-mate como um ingrediente estratégico em diferentes indústrias.



Foto de [Mila](#) - [Unsplash](#)

Conforme apresentado na Tabela 1, a produção cultivada de erva-mate no Brasil possui relevância econômica significativa. Em 2024, o valor da produção atingiu aproximadamente R\$ 1,01 bilhão, com forte concentração na região Sul do país. O estado do Paraná lidera com ampla margem, respondendo pela maior parcela (R\$ 557,4 milhões), seguido pelo Rio Grande do Sul (R\$ 345,1 milhões) e Santa Catarina (R\$ 108,6 milhões), enquanto Mato Grosso do Sul apresenta participação ainda incipiente no cenário nacional.

Tabela 1 - Valor da Produção de erva-mate cultivada

Erva-mate - Valor da produção (2024)	
Estado	valor (Reais)
Paraná	557.489.000
Rio Grande do Sul	345.140.000
Santa Catarina	108.657.000
Mato Grosso do Sul	1.043.000
Total	1.012.329.000 *

Fonte: IBGE - Produção de Erva-mate (cultivo) no Brasil

*Aproximadamente 200 milhões de dólares americanos

Além do cultivo, a produção nacional também inclui a modalidade de extração vegetal, frequentemente integrada a sistemas produtivos diversificados e sustentáveis. Segundo o IBGE, essa modalidade atingiu um valor de R\$ 552,8 milhões em 2024. Considerando ambas as formas de produção, cultivo e extração, o valor total da cadeia produtiva da erva-mate no Brasil chega a aproximadamente R\$ 1,56 bilhão, reforçando a importância econômica e o potencial de expansão do setor.

Mercado de bebidas prontas no Canadá

Segundo a consultoria EMR Claight ([North America Ready-to-Drink Tea Market Analysis 2026-2035](#)), o mercado de bebidas prontas para consumo, especialmente o segmento de chás, vem apresentando crescimento consistente na América do Norte, refletindo mudanças importantes no comportamento do consumidor. Em 2025, o mercado de chás RTD na região foi avaliado em aproximadamente US\$ 2,01 bilhões, com projeção de crescimento anual de 4,3% entre 2026 e 2035, podendo atingir cerca de US\$ 3,06 bilhões ao final do período.

Considerando a proporção populacional entre Estados Unidos e Canadá, sendo o mercado canadense aproximadamente um nono do norte-americano, estima-se que o segmento de chás RTD (Ready to Drink) no Canadá gire atualmente em torno de US\$ 220 milhões, com potencial de alcançar cerca de US\$ 330 milhões até 2035. Esses números indicam um mercado em expansão, com espaço relevante para novos produtos e inovação.

Essa evolução é impulsionada, principalmente, pela crescente busca dos consumidores por opções mais saudáveis e funcionais. Há uma demanda cada vez maior por bebidas com baixo teor de açúcar, ingredientes naturais e certificações orgânicas. Além disso, cresce o interesse por bebidas que ofereçam benefícios adicionais à saúde, como propriedades antioxidantes, energéticas e probióticas. Esse movimento posiciona o chá, incluindo aqueles com origem de erva-mate, tradicionalmente associado ao bem-estar, como uma alternativa competitiva frente a outras categorias de bebidas.

Outro fator determinante é a mudança no estilo de vida dos consumidores. Rotinas mais dinâmicas aumentam a procura por soluções práticas, que possam ser consumidas de forma rápida e conveniente, sem renunciar a atributos de qualidade e bem-estar. Nesse contexto, as bebidas prontas para consumo ganham protagonismo.

O ambiente competitivo, no entanto, é desafiador. Grandes players dominam o mercado com forte presença em canais de distribuição e alto reconhecimento de marca, enquanto numerosas marcas menores ampliam a concorrência, pressionando preços e exigindo um alto nível de diferenciação. Para novos entrantes, o sucesso depende de estratégias claras de posicionamento, inovação e criação de valor percebido.

Segundo a consultoria Renub Research, as preferências do consumidor no segmento de chás RTD ainda são lideradas por variedades tradicionais, como chá verde, chá preto e infusões de ervas.

Ao mesmo tempo, observa-se uma expansão consistente de categorias mais especializadas, como matcha e blends diferenciados, impulsionadas por consumidores mais jovens, atentos a tendências globais de saúde e inovação. Nesse contexto, a erva-mate encontra um posicionamento estratégico claro: trata-se de uma infusão vegetal com propriedades funcionais semelhantes ou superiores às dessas categorias, especialmente por seu teor de cafeína natural e seus compostos antioxidantes.

Diante disso, embora o mercado de chás prontos ainda seja predominantemente baseado em outras fontes, há evidências de que a erva-mate não apenas pode entrar nesse segmento, como já está se consolidando como uma das categorias mais dinâmicas dentro do universo de bebidas funcionais, especialmente ao atender simultaneamente às demandas por energéticos naturais, conveniência e saúde.



Foto de [Egor Komarov](#) - [Unsplash](#)

Barreiras e Acesso - Questões sanitárias

Como se observa nos resultados abaixo, retirados do sistema canadense automatizado de referência para importação (AIRS - [Automated Import Reference System: Import Requirements](#)), não há quaisquer requisitos sanitários para a importação de erva-mate ou extratos, tendo em vista que a licença Safe Food for Canadians é de responsabilidade do importador canadense:

Código SH 0903 - Mate	
Summary of Requirements	
Import Details for Requirement : 54539 Version : 4	
HS Description : 090300	
09	Coffee, tea, maté and spices
03	Maté
Origin : BR	
SA	South America (includes Central America)
BR	Brazil
End Use : 08	
08	Human consumption
Recommendations to CBSA/Documentation and Registration Requirements	
Approved(must be accompanied by the following documents/registrations):	
• Safe Food for Canadians Licence	

Código 210120 - Essências e extratos

Summary of Requirements

Import Details for Requirement : 23894 Version : 10

HS Description : 210120

- 21 Miscellaneous edible preparations
01 Extracts, essences and concentrates, of coffee, tea or maté and preparations with a basis of these products or with a basis of coffee, tea or maté; roasted chicory and other roasted coffee substitutes, and extracts, essences and concentrates thereof
20 Extracts, essences and concentrates, of tea or maté, and preparations with a basis of these extracts, essences or concentrates or with a basis of tea or maté

OGD Extension : 999901

- 9999 Other extracts, essences and concentrates, of tea or maté, and preparations
01 Other extracts, essences and concentrates, of tea or maté, and preparations

End Use : 08

- 08 Human consumption

Recommendations to CBSA/Documentation and Registration Requirements

Approved(must be accompanied by the following documents/registrations):

- Safe Food for Canadians Licence

Tarifas de importação

De acordo com o guia tarifário do site oficial da Agência Canadense de Fronteiras (CBSA - [Chapter 9 : T2026](#)), a importação de erva-mate não está sujeita a tarifas:

Tariff				Unit of	MFN
Item	SS	Description of Goods	Meas.	Tariff	
0903.00.00	00	Maté.	KGM	Free	

As essências e extratos de erva-mate tampouco estão sujeitos a tarifas:

2101.20.00	10	Extracts, essences and concentrates, of coffee, tea or maté and preparations with a basis of these products or with a basis of coffee, tea or maté; roasted chicory and other roasted coffee substitutes, and extracts, essences and concentrates thereof. - Extracts, essences and concentrates, of tea or maté, and preparations with a basis of these extracts, essences or concentrates or with a basis of tea or maté - Soluble or instant tea or maté, containing no sugar, cereal or other additives	KGM	Free
------------	----	---	-----	------

Insight Estratégico: O Diferencial Competitivo Brasileiro

Um dos caminhos mais promissores para a evolução do setor ervateiro está na agregação de valor por meio da produção e do fornecimento de extratos de erva-mate. Diferentemente do produto in natura, os extratos viabilizam a inserção da erva-mate em cadeias industriais de maior valor agregado, com destaque para os segmentos de bebidas funcionais, energéticos naturais e cosméticos.

Sob a perspectiva econômica, trata-se de uma mudança estratégica de posicionamento: deixar de atuar predominantemente como exportador de commodity para se consolidar como fornecedor de ingredientes estratégicos para a indústria global de alimentos e bebidas. Essa transição não apenas amplia margens, como também reduz a dependência de mercados tradicionais e eleva a competitividade internacional do setor.

Dessa forma, o avanço na produção de extratos padronizados, com qualidade consistente e conformidade regulatória, representa uma oportunidade concreta para o Brasil capturar mais valor ao longo da cadeia da erva-mate e fortalecer sua presença nos mercados mais dinâmicos e inovadores.

Conclusão

O panorama apresentado evidencia que a erva-mate vive um momento de inflexão estratégica. De um produto historicamente associado ao consumo regional e a práticas tradicionais, passa a se consolidar como um ativo global inserido nas dinâmicas mais modernas do setor de alimentos e bebidas, impulsionado pelas tendências de bem-estar, funcionalidade e conveniência.

O Brasil, como um dos principais produtores mundiais, possui vantagens estruturais relevantes, como escala produtiva, diversidade de sistemas de cultivo e forte identidade associada à origem. No entanto, os dados demonstram que ainda existe um descompasso entre esse protagonismo na produção e a participação nos segmentos de maior valor agregado, especialmente em produtos industrializados como extratos, concentrados e bebidas prontas. Esse cenário revela não apenas uma lacuna, mas, sobretudo, uma oportunidade concreta de reposicionamento competitivo.

A análise do mercado canadense reforça esse ponto: enquanto há demanda crescente por bebidas funcionais e ingredientes naturais, o espaço ainda é pouco explorado pela erva-mate brasileira em suas formas mais sofisticadas. Soma-se a isso um ambiente favorável, com nenhuma barreira tarifária e ausência de entraves sanitários, criando condições objetivas para ampliação da presença nacional.

Nesse contexto, a agregação de valor emerge como eixo central da estratégia. A transição de um modelo baseado na exportação de matéria-prima para a inserção em cadeias mundiais como fornecedor de ingredientes e soluções industriais, especialmente por meio de extratos, é fundamental para aumentar margens, diversificar mercados e reduzir vulnerabilidades.

Mais do que acompanhar tendências, o setor de erva-mate brasileiro tem a oportunidade de protagonizá-las. A erva-mate reúne atributos único, um produto natural, funcional e culturalmente rico, que dialoga diretamente com as demandas do consumidor contemporâneo. O desafio, portanto, não é apenas produzir, mas posicionar, inovar e capturar valor.

Os investimentos no processamento industrial brasileiro e no desenvolvimento de novos produtos como ingredientes para a indústria de bebidas prontas poderá alavancar empresas brasileiras para atuarem de forma estratégica, não apenas participando do crescimento do mercado, mas ajudando a redefinir o papel da erva-mate no cenário internacional.

Informações sobre Importadores

O acesso a informações sobre importadores pode ser realizado por meio do seguinte sítio eletrônico ([Search or browse for a product - Canadian Importers Database \(CID\)](#)), cujo resultado da busca reproduzimos abaixo:

210120 Tea or maté extracts, essences and concentrates and preparations thereof

Company name	City	Province	Postal code
4C FOODS CORP.	Brooklyn	New York	
A. LASSONDE INC.	Rougemont	Quebec	J0L 1M0
ALIMENTS ALTRA INC./ALTRA FOODS INC.	Montréal	Quebec	H1E 6W5
ARIZONA BEVERAGES OF CANADA, ULC	Woodbury	New York	
BETHUNE HERBS ENTERPRISE INC.	Markham	Ontario	L6E 0V3
BRUNSWICK BIER WORKS INC.	Toronto	Ontario	M4B 3M2
CANTERBURY COFFEE CORPORATION	Burnaby	British Columbia	V5J 0E6
CHERRY HILL COFFEE INC.	Kelowna	British Columbia	V1X 6E6
COCA-COLA CANADA BOTTLING LIMITED	Toronto	Ontario	M5A 1L1
COSTCO WHOLESALE CANADA LTD	Ottawa	Ontario	K2E 1C5
DOEHLER JUICE SOLUTIONS INC.	Cartersville	Georgia	
DOEHLER USA INC.	Cartersville	Georgia	
EMPEROR'S TEA CANADA INC.	Mississauga	Ontario	L5B 4P5
EVEREST TRADERS INC	Mississauga	Ontario	L4V 1L8
FIVE CONTINENTS INTERNATIONAL LTD.	Toronto	Ontario	M1P 2J7
FRITO LAY CANADA	Mississauga	Ontario	L4W 0C3
GIVAUDAN CANADA CO/COMPAGNIE GIVAUDAN CANADA	Mississauga	Ontario	L5N 8G6
HARRIS FREEMAN TEA CANADA ULC	Moorestown	New Jersey	
HENGDA FOOD INTERNATIONAL LTD.	Mississauga	Ontario	L5M 4H3
HERBALIFE OF CANADA LTD./HERBALIFE DU CANADA LTEE	Saint-Laurent	Quebec	H4M 2Z2
HI GLOBAL LTD.	Mississauga	Ontario	L5B 3C2
INTER TRADE CANADA LTD.	Surrey	British Columbia	V3Z 6M3
JFC INTERNATIONAL CANADA INC.	Mississauga	Ontario	L4W 0C1
KEURIG CANADA INC.	Montréal	Quebec	H1Z 4K3
LABATT BREWING COMPANY LIMITED	Toronto	Ontario	M5J 1A7
LIPTON TEAS AND INFUSIONS CANADA INC.	Toronto	Ontario	M5K 1E6
LOC-SKY TRADING COMPANY INC	Markham	Ontario	L3R 2S1
LOW VALUE SHIPMENTS	Harrow	Ontario	N0R 1G0

MIFC INGREDIENTS, INC.	Hackensack	New Jersey	
NESTLE CANADA-HEAD OFFICE	Toronto	Ontario	M5P 2V4
PLEXUS CANADA LIMITED PARTNERSHIP	Vancouver	British Columbia	V7X 1M5
REDPATH SUGAR LTD. SUCRE REDPATH LTEE	Toronto	Ontario	M5E 1A3
REX DISTRIBUTION INC	Toronto	Ontario	M1B 5S5
SALEM BROTHERS INC.	Windsor	Ontario	N9H 2J2

SEQUEL NATURALS ULC	Vancouver	British Columbia	V5Y 1L3
STARBUCKS COFFEE CANADA, INC.	Toronto	Ontario	M2N 6L9
STARBUCKS CORPORATION	Seattle	Washington	
SUPER ASIA WHOLESALE DISTRIBUTERS	Woodbridge	Ontario	L4H 5A1
T-BROTHERS FOOD AND TRADING LTD.	Coquitlam	British Columbia	V3K 6Z6
THAI UNITED FOOD TRADING LTD.	Burnaby	British Columbia	V5J 0C7
THE MINUTE MAID COMPANY CANADAINC /LA COMPAGNIE MINUTE MAID	Toronto	Ontario	M5A 1L1
THE STASH TEA COMPANY	Tigard	Oregon	
THL GOURMET FOODS INC.	Burnaby	British Columbia	V5J 0E7
TIAN FOONG CANADA LIMITED	Toronto	Ontario	M1V 5B5
T&T SUPERMARKET INC.	Richmond	British Columbia	V6W 1J2
UNICITY CANADA, LTD.	Surrey	British Columbia	V3W 1N6