

SIAL Paris 2024



SIAL Paris 2024





SUMÁRIO

Apresentação 3

Sobre a ApexBrasil 5

A SIAL Paris 6

 Maior feira de alimentos da Europa 6

Brasil na SIAL Paris 8

 Histórico da participação brasileira 9

 Brasil na SIAL Paris 2024 9

 Empresas participantes 10

 Programação 11

 Lançamento da Buy Brazil 12

 Sobre o Brazil Trade Lounge (BTL) 12

**O Agronegócio e o setor de alimentos e bebidas
do Brasil 14**

 O agronegócio brasileiro 15

 Setores em destaque 17

 Novos mercados para o agro 18

 O setor de alimentos e bebidas do Brasil 19

 Produção Sustentável 20

 Alimentos orgânicos 20

A ApexBrasil e o agro brasileiro 22

 Projetos setoriais 23

Relações comerciais Brasil-União Europeia 24

 O segundo principal destino das exportações
 brasileiras 25

 Exportações por países/produtos 25

 Investimentos 26

 Acordo Mercosul – UE 26

 Outros acordos 26

O mercado europeu de alimentos e bebidas... 27

 Alimentos 28

 Bebidas 28

Apresentação



Press kit SIAL Paris 2024

Este documento reúne informações sobre o SIAL Paris e apresenta o desempenho do setor brasileiro de alimentos e bebidas e do agronegócio na balança comercial do Brasil. Traz ainda informações sobre a relação comercial destes segmentos com países da União Europeia. O material foi elaborado para guiar profissionais de imprensa que realizarão a cobertura jornalística do evento, além de facilitar o acesso a dados sobre exportação relacionados ao agronegócio e ao setor de alimentos e bebidas do Brasil.

O *Salon International de l'Alimentation* (SIAL), em português Salão Internacional de Alimentação, é uma feira bianual realizada desde 1964 em Paris, na França, considerada uma das maiores e mais importantes dos setores de alimentos e bebidas e agronegócio da Europa.



A Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos ([ApexBrasil](#)) está presente no SIAL Paris desde 2006, quando conquistou maior espaço para entrada de produtos brasileiros na França e mercados adjacentes da Europa, Oriente Médio, África e América do Norte.

Na última edição, em 2022, o SIAL Paris teve mais de 7 mil expositores de 127 países e recebeu mais de 265 mil visitantes de 200 nações. Do total de visitantes, cerca de 90% são estrangeiros, o que reforça o posicionamento da feira como uma plataforma mundial de promoção do setor de alimentos e bebidas.

Neste ano, o SIAL Paris comemora 60 anos e a ApexBrasil estará presente mais uma vez organizando o Pavilhão Brasil com a participação de 192

empresas, sendo 87 apoiadas diretamente pela Agência, 9 [Comerciais Exportadoras ou "Trading Companies"](#) – que representam 50 pequenos negócios via Brasil Trade Lounge (BTL) –, além de outras 46 empresas participantes via projetos setoriais Brazilian Pork, Brazilian Chicken, Brazilian Egg e Brazilian Breeders, realizados em parceria com a Associação Brasileira de Proteína Animal ([ABPA](#)), e via projeto setorial Brazilian Beef, realizado em parceria com a Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carnes ([ABIEC](#)). A expectativa é a geração de US\$ 2,5 bilhões em negócios imediatos e contratos futuros para as empresas brasileiras participantes.



Este press kit apresenta também o catálogo de empresas brasileiras participantes do SIAL Paris 2024, bem como a programação do Pavilhão Brasil. Durante o evento, por meio de diversas atividades, a ApexBrasil vai destacar a maturidade exportadora, a produtividade com sustentabilidade e a qualidade competitiva internacional do Brasil.

Ao organizar a participação brasileira no SIAL Paris, a Agência busca reforçar o posicionamento do Brasil como parceiro global de negócios e divulgar as oportunidades comerciais no país, além de inserir e ampliar a presença brasileira no mercado internacional.



Sobre a ApexBrasil



Promovendo empresas brasileiras para gerar negócios pelo mundo

A ApexBrasil, por meio de diversos programas, atua para promover a imagem do país no exterior, promover as exportações e atrair investimentos estrangeiros para setores estratégicos da nossa economia, além de qualificar empresas brasileiras que desejam começar a internacionalizar seus negócios. Para alcançar esses objetivos, realiza ações diversificadas de promoção comercial a fim de valorizar os produtos e serviços brasileiros. As iniciativas contemplam missões prospectivas e comerciais, rodadas de negócios, apoio à participação de empresas brasileiras em grandes feiras internacionais e visitas de compradores estrangeiros e formadores de opinião para conhecer a estrutura produtiva brasileira e outras plataformas de negócios.

Em 2023, a ApexBrasil alcançou número recorde de empresas atendidas, somando 17.061 produtoras brasileiras apoiadas. Do total, 43% são de micro e pequeno porte. Das empresas apoiadas naquele ano, 4.181 exportaram o total de US\$ 140,7 bilhões, o que corresponde a 41% do total exportado pelo Brasil em 2023. Em 2024, mais de 13 mil empresas já foram apoiadas no primeiro semestre, das quais 47,6% são micro e pequenas empresas (MPEs).

A SIAL Paris

Data: de 19 a 23 de outubro de 2024

Horário: das 10h00 às 18h30 (horário de Paris)

Local: Parc des Expositions de Villepinte
– ZAC Paris Nord 2

Endereço: 82, Avenue des Nations,
93420 – Villepinte – France

INFORMAÇÕES: WWW.SIALPARIS.COM/EN

Maior feira de alimentos da Europa

A [SIAL Paris](#) é uma feira bianual que acontece desde 1964 com o objetivo de prospectar novos produtos, fornecedores e promover conhecimento sobre tendências mercados e inovações do setor agroalimentar. Na edição deste ano, o SIAL Paris celebra 60 anos e segue comprometido com o crescimento das empresas agroalimentares em escala local e internacional. Consolidada como uma excepcional plataforma de negócios, segue

atraindo compradores do mundo inteiro e apresentando as principais tendências de mercado para o segmento de alimentos e bebidas, bem como mobilizando formadores de opinião e mídia especializada da Europa e países vizinhos.

De 19 a 23 de outubro de 2024, mais uma vez Paris se tornará a capital gastronômica mundial e ponto de encontro para representantes do segmento que atuam incansavelmente para analisar cenários, trocar experiências, apresentar produtos, conhecer inovações, se reinventar, discutir tendências, garantir mais sustentabilidade, realizar negócios e propor soluções para o futuro da cadeia da indústria alimentar no mundo.

Durante cinco dias, os corredores dos pavilhões espalhados no *Parc des Expositions Paris Nord Villepinte*, nos arredores de Paris, vão apresentar ao mundo o que há de novo e as perspectivas de futuro deste promissor segmento. Os setores atendidos pela feira são: processamento de alimentos; refeições prontas; alimentos congelados, produtos lácteos; frutos do mar; bebidas; produtos orgânicos e relacionado ao bem-estar; frutas e vegetais; confeitaria e carnes.

Para esta edição especial, o SIAL Paris apresenta um portfólio de inovações voltado para toda a indústria alimentícia com:

- **SIAL Insight** – observatório lançado na edição de 1996 com foco na inovação alimentar oferecido em parceria com a Protéines XTC, incluindo as tendências e decodificação de novos produtos, consumidores e da indústria alimentícia analisadas pelas empresas especializadas: Kantar, Protéines XTC e Gira.
- **SIAL Off** – guia exclusivo com recomendações de restaurantes e locais diferenciados em Paris.

- **SIAL Summits** – novo formato que redefine as conferências tradicionais, com discussões aprofundadas sobre questões-chave e perspectivas inovadoras que impactam a indústria.
- **SIAL for Change** – reconhecimento das iniciativas e compromisso das empresas alimentícias em prol de um futuro mais sustentável.
- **SIAL Jobs** – conexão entre empresas e talentos para facilitar o recrutamento, abordando um desafio estratégico para o setor agroalimentar.

SIAL PARIS 2024 – 60 ANOS

- 7,5 mil expositores
- 130 países representados
- 8 mil compradores
- 285 mil profissionais de 205 países
- 400 mil produtos e inovações
- 11 pavilhões
- 10 setores de produtos alimentícios



ACESSE O VÍDEO OFICIAL DE 60 ANOS SIAL PARIS



Brasil na SIAL Paris



Histórico da participação brasileira

O Brasil passou a participar do SIAL Paris com trabalhos liderados pela ApexBrasil em 2006. Desde então, consciente do potencial do evento para promover as exportações do Brasil com foco em produtos do agronegócio brasileiro, a Agência buscou diversificar a pauta exportadora de alimentos e bebidas, explorar novas possibilidades de negócios e posicionar o Brasil como um dos principais parceiros comerciais e país estratégico para a segurança alimentar com uma produção de qualidade e sustentável.

De lá para cá, o número de empresas participantes e o volume de negócios só aumentaram. O quadro abaixo revela o potencial do evento, a evolução e a relevância para o país.

ANO	Nº DE EMPRESAS	VALOR EM NEGÓCIOS
2006	70	US\$ 505 milhões
2008	80	US\$ 603 milhões
2010	110	US\$ 1,1 bilhão
2012	82	US\$ 1,02 bilhão
2014	84	US\$ 1,184 bilhão
2016	102	US\$ 1,2 bilhão
2018	128	US\$ 2,3 bilhões
2020	*	*
2022	130	US\$ 1,9 bilhão
2024	192	**US\$ 2,5 bilhões

*A edição de 2020 foi cancelada em função da pandemia

** Expectativa para 2024

Brasil na SIAL Paris 2024

Com o conceito do ‘Brasil para o mundo’, a ApexBrasil chega para esta edição do SIAL Paris focada em promover a excelência competitiva internacional do país, a maturidade exportadora e a qualidade produtiva com sustentabilidade. Dentro dos pilares de originalidade, sustentabilidade e qualidade, os produtos agroalimentares serão apresentados ao público internacional e potenciais compradores estrangeiros.

Esta edição terá o maior número de empresas brasileiras presentes no evento, o que demonstra o protagonismo da ApexBrasil no apoio e incentivo à internacionalização de setores relevantes do país, como o do agronegócio e o de alimentos e bebidas. A expectativa é de geração de US\$ 2,5 bilhões em negócios imediatos e contratos futuros, incluindo a expectativa de negócios das empresas participantes via projetos setoriais com a ABIEC e ABPA.

BRASIL NA SIAL PARIS 2024

87 empresas brasileiras apoiadas pela ApexBrasil

9 empresas Comerciais Exportadoras ou “Trading Companies” apoiadas pela ApexBrasil com o Brasil Trade Lounge (BTL), representando **50** micro e pequenas empresas.

46 empresas apoiadas pelos projetos setoriais com ABIEC (25) e ABPA (21).



PAVILHÃO BRASIL NA SIAL PARIS 2024

Pavilhão Nacional (multissetorial): 53 empresas

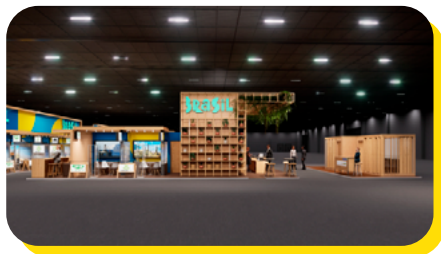
Pavilhão de Bebidas: 10 empresas

Pavilhão de Carnes: 8 empresas

Pavilhão de Confeitaria: 10 empresas

Pavilhão de Congelados: 5 empresas

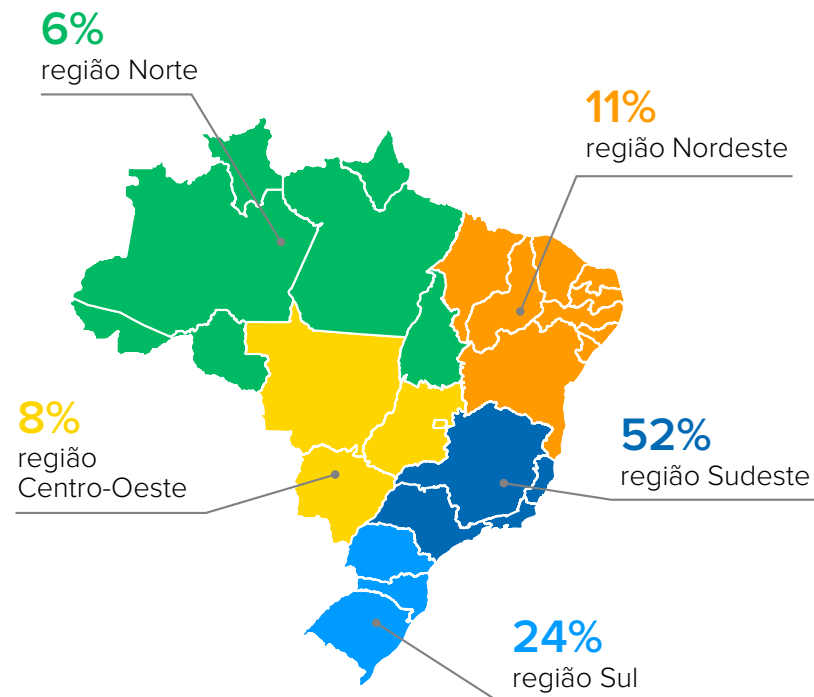
Pavilhão de Grãos: 10 empresas



Empresas participantes

A ApexBrasil chega para esta edição da SIAL Paris com empresas de Norte a Sul do Brasil, que, juntas, vão contribuir para o objetivo estratégico de aumentar as exportações do país.

Das 96 empresas brasileiras participantes apoiadas diretamente pela ApexBrasil:



A participação das mulheres também é expressiva, com 55 lideranças femininas no comando das empresas presentes.

CONHEÇA O PROGRAMA MULHERES
E NEGÓCIOS INTERNACIONAIS DA
APEXBRASIL, NESTE LINK



Do total das empresas participantes apoiadas diretamente pela Agência, 18 oferecerão produtos orgânicos. Além disso, 50 micro e pequenas empresas terão a oportunidade de apresentar seus produtos ao mundo por meio do programa Brazil Trade Lounge.

As empresas selecionadas foram analisadas conforme critérios estabelecidos em regulamento publicado no site da ApexBrasil, em novembro de 2023. A seleção considerou itens como: lideranças desempenhadas por mulheres, certificações reconhecidas internacionalmente de adoção de práticas sustentáveis e impacto positivo e participação no Programa de Qualificação para Exportação (PEIEX) ou AgroBR ou Brazilian Suppliers.

ACESSE O CATÁLOGO DE EMPRESAS
BRASILEIRAS PARTICIPANTES DO SIAL
PARIS 2024 COM A APEXBRASIL



Programação

A abertura oficial do SIAL Paris 2024 será no dia 19 de outubro, às 10h30 (horário de Paris). No dia 20, às 11h (horário de Paris) será a inauguração oficial do Pavilhão Brasil, com a presença do presidente da ApexBrasil, Jorge Viana, entre outras autoridades. Na ocasião, será realizado o lançamento oficial da Buy Brazil, nova plataforma digital da ApexBrasil focada nos compradores internacionais.

No espaço Cooking Show, nos dias 19, 20 e 21, as chefs brasileiras Bel Coelho, Luisa Kreitchmann e Marina Blanck Stroh demonstrarão a versatilidade e os sabores dos produtos “made in Brazil”. Já no espaço Tasting, todos os dias, participantes, compradores, fornecedores e profissionais do setor vão poder degustar alguns dos melhores produtos do Brasil e conversar com os expositores.

Data: de 19 a 23 de outubro de 2024

Horário: das 10h00 às 18h30 (horário de Paris)

Local: Parc des Expositions de Villepinte
– ZAC Paris Nord 2

Endereço: 82, Avenue des Nations,
93420 – Villepinte – France

Lançamento da Buy Brazil

Na ocasião da abertura da SIAL Paris 2024, a ApexBrasil lançará a nova plataforma digital Buy Brazil. Com foco nos compradores internacionais, a plataforma oferece acesso gratuito a um diretório online de exportadores brasileiros atendidos pela Agência. A proposta é conectar as duas pontas de maneira fácil, ágil, segura e com o apoio dos especialistas da ApexBrasil. Na plataforma, já estão presentes mais de 100 empresas e produtores brasileiros do setor de alimentos, bebidas e agronegócio.

A iniciativa surgiu da necessidade identificada pelos escritórios da ApexBrasil no exterior de atender as demandas de importadores para localizar produtos brasileiros com qualidade e que atendam às suas exigências de exportação.

Com a ferramenta, as empresas brasileiras atendidas pela ApexBrasil ganharão visibilidade global e poderão promover seus produtos e serviços de forma digital, por meio de um catálogo com informações da sua história, equipe, certificados e produtos disponibilizados. Além disso, os importadores ganham facilidade, agilidade e segurança no seu processo de busca.

Entre as funcionalidades e os benefícios oferecidos, estão:

- Vitrines digitais em inglês para a exposição de produtos brasileiros;
- Cadastro com passo a passo para o registro e criação de perfis, incluindo dicas para otimizar a presença online;
- Plataforma segura e confiável, com proteção de dados;
- Suporte técnico da equipe da ApexBrasil no cadastramento;
- Maior visibilidade no mercado internacional.

Por meio do [Buy Brazil](#), os compradores estrangeiros poderão aplicar filtros de busca pelo perfil dos produtos que desejam comprar e encontrar fornecedores brasileiros qualificados para atendê-los. A ferramenta permite que o comprador acesse as informações de contato da empresa escolhida e entre em contato para tirar possíveis dúvidas e estabeleça, juntamente com a possível parceira, a melhor forma de fechar negócios.



Sobre o Brazil Trade Lounge (BTL)

O Brazil Trade Lounge (BTL) é um programa liderado pela ApexBrasil para proporcionar oportunidades de participação de micro e pequenas empresas, empresas não exportadoras ou exportadoras iniciantes em grandes feiras mundiais.

A participação dessas empresas em feiras internacionais geralmente ocorre por meio de empresas comerciais exportadoras, conhecidas como *Trading Companies*. São elas as responsáveis por intermediar os processos de negociação internacional e exportação.

Por meio do BTL, a ApexBrasil seleciona tanto as *Trading Companies* quanto os pequenos negócios que serão representados por essas comerciais exportadoras, conforme critérios estabelecidos em edital publicado no site da Agência em período que antecede a realização das grandes feiras. A ação possibilita que os produtos desses pequenos negócios se tornem conhecidos mundo afora.

A exportação intermediada por uma comercial exportadora permite que empresas, principalmente micro e pequenas, consigam enviar suas mercadorias para outros países sem contar com uma estrutura ou departamento de exportação próprio.

[Clique aqui e saiba mais sobre o BTL](#)

Em 2024, já foram realizadas cinco edições do BTL. A primeira ocorreu no Brasil, durante a Feira Anuga Select Brazil 2024. Na sequência, foram realizadas edições na Arábia Saudita, na Saudi Food Show 2024; China, na Sial China; África do Sul, na Africa's Big 7; e nos Estados Unidos, na Summer Fancy Food.

Nesta edição do SialParis, o BTL contará com a participação de nove empresas comerciais exportadoras, que levarão para a feira internacional produtos de 50 micro e pequenas empresas de diferentes partes do país.

Das nove comerciais exportadoras participantes do BTL no SIAL Paris, seis possuem liderança feminina.

[Clique aqui e Conheça o programa Mulheres e Negócios Internacionais da ApexBrasil.](#)

O BTL conta com o apoio do Conselho Brasileiro das Empresas Comerciais Importadoras e Exportadoras (CECIEx), parceiro da ApexBrasil na execução do projeto setorial Brazilian Suppliers.

O Agronegócio e o setor de alimentos e bebidas do Brasil



O Agronegócio e o setor de alimentos e bebidas do Brasil

- **Recorde de exportações em 2023: US\$ 166,55 bilhões** – 4,8% superior a 2022.
- Em 2023, o **agronegócio foi responsável por 49% da pauta exportadora total brasileira**. No ano anterior, a participação foi de 47,5%.
- Segundo CEPEA, o setor respondeu por **24% do PIB do país em 2023**.
- De janeiro a julho de 2024, as **exportações do agronegócio totalizam US\$ 97,80 bilhões**, um recorde histórico para o período.
- Em julho de 2024, as **exportações atingiram US\$ 15,37 bilhões**, maior valor registrado para o mês e até agora no ano.
- **Os cinco principais setores exportadores do agronegócio brasileiro em 2024 foram (82,5% das exportações):**



soja

38,9%



carnes

15,4%



sucroalcooleiro

11,7%



produtos florestais

10,6%



café

5,9%

O agronegócio brasileiro

O Brasil é conhecido mundialmente como um dos maiores produtores e exportadores de alimentos e matérias-primas do mundo. O país é considerado o “celeiro do mundo” devido ao seu desempenho no setor agropecuário, atribuído a décadas de investimentos em pesquisa, ciência e tecnologia.

Atualmente, o Brasil é o terceiro maior exportador mundial de produtos agropecuários, atrás apenas da União Europeia e dos Estados Unidos. Mas o país é líder nas vendas de diversos produtos, como café verde, carne bovina, frango in natura, celulose, soja em grão, açúcar e milho.

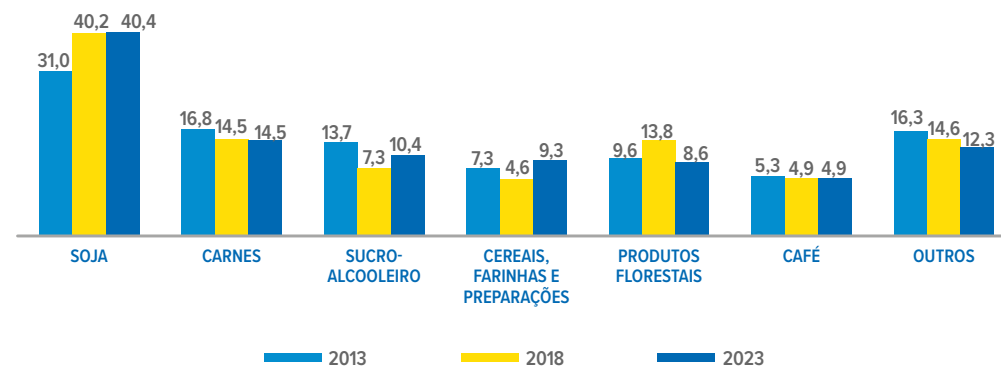
O ano de 2023 marcou um ponto de virada histórico para o agro brasileiro, com grandes avanços em exportações e expansão de mercados, resultando em um recorde nas vendas externas. No ano passado, as exportações brasileiras do agronegócio alcançaram o recorde de US\$ 166,55 bilhões – um crescimento de 66,6% em 10 anos. A cifra foi 4,8% superior em comparação a 2022, o que representa um aumento de US\$ 7,68 bilhões. Assim, no ano passado, o agronegócio foi responsável por 49% da pauta exportadora brasileira. Em 2022, a participação foi de 47,5%. De acordo com a Secretaria de Comércio e Relações Internacionais do Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA), o desempenho foi influenciado principalmente pela quantidade embarcada.

Os números revelam a crescente relevância do setor para a economia brasileira e o papel do Brasil como um dos maiores exportadores globais de produtos agrícolas.

Os principais destinos das exportações do agronegócio brasileiro em 2023 foram a China, União Europeia, Estados Unidos, Japão e Indonésia. Em conjunto, os seguintes **setores representaram 82,9% das vendas do agronegócio em 2023**:



Participação dos Principais Setores nas Exportações do Brasil (%)



No acumulado de janeiro a julho de 2024, as exportações do agronegócio totalizaram US\$ 97,80 bilhões, um recorde histórico para o período. O montante representa um incremento de 1% em relação ao embarcado nos primeiros sete meses de 2023.

Setores em destaque

► Carne bovina

- O Brasil é o maior exportador de carne bovina do mundo.
- Exportações de 2,26 milhões de toneladas em 2022 – USD 13 bilhões.
- Exportações de 2,29 milhões de toneladas em 2023 – USD 10,5 bilhões.
- A exportação de carne bovina no primeiro semestre de 2024 alcançou o melhor resultado histórico do setor, somando 1,29 milhão de toneladas – USD 5,69 bilhões – com aumento de 27,3% em volume e 17% em valor ante o primeiro semestre de 2023.
- Os principais importadores de carne bovina do Brasil no primeiro semestre de 2024 foram: China; Emirados Árabes Unidos; Estados Unidos; Hong Kong; e Chile.

► Carne de frango, suínos e ovos

- O Brasil é o líder mundial na exportação de carne de frango. Em suínos, assume a quarta posição como exportador mundial.
- As exportações brasileiras de ovos (incluindo todos os produtos, entre in natura e processados) encerraram o ano de 2023 com total de 25,4 mil toneladas embarcadas, alcançando US 63,2 milhões em vendas.

- Principais destinos são: China, Emirados Árabes Unidos, Japão e Arábia Saudita.
- Newcastle: China, Argentina e México seguem com as restrições de exportação de carne de aves e seus produtos para todo Brasil. Arábia Saudita, Bolívia, Chile, Cuba, Peru, União Econômica Euroasiática e Uruguai seguem com restrição em relação ao estado do Rio Grande do Sul.

► Pescados

- Em 2023, o setor de pescados brasileiro alcançou US\$ 337,6 milhões em vendas externas com um total de 60 mil toneladas.
- Principais compradores de pescados brasileiros: Estados Unidos (50,5%) e China (10,1%).
- A piscicultura brasileira gerou um volume de US\$ 23,7 milhões em exportações no primeiro semestre deste ano, o que representa 96% das exportações do setor em todo o ano de 2023.
- A tilápia segue sendo a espécie mais exportada pelo país.

► Cafés

- O Brasil é o maior exportador mundial de café – USD 7,350 bilhões em 2023.
- O país representa 17,4% do valor exportado, mais que o dobro que o segundo colocado (Suíça representa 8,6%).
- Mais de um terço do café produzido no mundo é brasileiro (38,1%).

- Os principais mercados compradores dos cafés brasileiros em 2023 foram: EUA (15,5%), Alemanha (14,6%), Itália (9%), Bélgica (6,3%), Japão (5,9%) e China (3,8%).
- Os maiores exportadores mundiais são: Brasil (17,4%), Suíça (8,6%), Alemanha (8,1%), Vietnã (8%), Colômbia (6,9%), Itália (6,1%) e Honduras (3,9%).

Frutas

- Em 2023, a fruticultura brasileira alcançou um faturamento histórico de mais de US\$ 1 bilhão com vendas externas de 1 milhão de toneladas de frutas.
- A manga continua liderando as exportações de frutas. O volume exportado subiu 15%, totalizando 266 mil toneladas em 2023.
- O volume de uva exportada aumentou 40%.
- O Vale do São Francisco teve participação decisiva no crescimento das exportações – mais de 90% da uva e manga saíram dessa região.

Novos mercados para o agro

Desde 2023, o Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA), com o apoio da ApexBrasil e do Ministério de Relações Exteriores (MRE), [conquistou a abertura de 246 novos mercados internacionais para o agronegócio em 60 destinos](#), ultrapassando o número registrado nos quatro anos da gestão anterior, que alcançou 239 aberturas. As aberturas de mercado representam uma vitória não apenas para o setor, mas para toda a economia do país.



Em 2023, foram abertos 78 mercados em 39 países diferentes para o agro brasileiro. Os destinos com mais aberturas computadas foram: Singapura (7); México (6); Chile (5); Colômbia, Chile, Japão, Paraguai (4). Em 2024, até setembro, já são 168 mercados abertos em 45 destinos distintos, recorde registrado dos últimos cinco anos. Os destinos com mais aberturas foram: Angola (14); México (13); Canadá (12); Coreia do Sul (10); Cuba e Reino Unido (8); Japão e Peru (7).

Em 2023, as exportações brasileiras com destino aos mercados abertos se concentraram na América Latina e na Ásia, com destaque para os setores de “carnes e miudezas comestíveis”, “preparações de carne, de peixes ou de crustáceos, de moluscos” e “alimentos preparados para animais”. Já em 2024, as exportações brasileiras tiveram seus principais destinos na América do Norte e Ásia, com destaque para “matérias albuminoides, produtos à base de amidos”, “carnes e miudezas, comestíveis”, e “sementes e frutos oleaginosos; grãos, sementes e frutos diversos”.

Essa diversificação abrange uma ampla variedade de produtos além dos tradicionais, como carnes e soja, incluindo pescados, sementes, colágeno, café verde e açaí em pó.

ANO	NOVOS MERCADOS	PAÍSES
2023	78	39
2022	53	26
2021	77	33
2020	74	24
2019	35	18

O setor de alimentos e bebidas do Brasil

A indústria de alimentos e bebidas do Brasil processa 60,9% de tudo o que é produzido pela agropecuária brasileira. De acordo com a [Associação Brasileira da Indústria de Alimentos \(ABIA\)](#), em 2023, a indústria de alimentos e bebidas do Brasil faturou R\$ 1,161 trilhão – uma alta de 7,2% frente ao ano anterior. O volume representa 10,8% do PIB (Produto Interno Bruto) do país. Deste total, R\$ 851 bilhões foram oriundos das vendas no mercado interno e R\$ 310 bilhões das exportações. O setor responde por aproximadamente 2 milhões de empregos formais e diretos, impactando positivamente outros 10 milhões na cadeia produtiva. Em 2023, o setor gerou 70 mil novas vagas de emprego no país, representando 67% do total gerado na indústria de transformação.

Ainda segundo a ABIA, em 2023, o Brasil ultrapassou os Estados Unidos e se tornou o **principal exportador de alimentos industrializados do mundo em volume** (quinto lugar em valor), alcançando 72,1 milhões de toneladas – crescimento de 11,4% em relação a 2022 e 51,8% em relação a 2019 –, posicionando o país como protagonista no cenário global. O valor alcançado foi de US\$ 62 bilhões – aumento de 5,2% em comparação com o ano anterior.

Os setores com destaque em valor incluem proteínas animais (US\$ 23,6 bilhões), açúcares (US\$ 16 bilhões), farelos de soja (US\$ 12,6 bilhões), óleos e gorduras (US\$ 3,6 bilhões), e preparados de vegetais e sucos (US\$ 2,9 bilhões). Os principais destinos de alimentos e bebidas industrializados do Brasil são: Ásia (43%), China (17,7%), Países Árabes (16,4%) e União Europeia (14,6%).

O BRASIL É O MAIOR EXPORTADOR DE ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS DO MUNDO EM VOLUME E O 5º EM VALOR



EXPORTAMOS PARA 190 PAÍSES

55,3%

É a contribuição da **balança comercial da indústria de alimentos** para o saldo total da balança comercial do Brasil



Foram **US\$ 62 BILHÕES** em exportações

Representando **18,3%** das exportações totais brasileiras



DESTAQUES



Maior produtor e exportador mundial de suco de laranja



Maior produtor e exportador mundial de açúcar



Maior exportador e 2º produtor mundial de carne bovina



Maior exportador e 2º produtor mundial de carne de aves



2º exportador mundial de café solúvel



2º exportador e 3º produtor mundial de óleo de soja



Produção Sustentável

A sustentabilidade tornou-se um fator prioritário para a indústria de alimentos e bebidas no Brasil e no mundo. As regulamentações governamentais estão cada vez mais focadas em reduzir o impacto ambiental e promover práticas de produção sustentável. Empresas que não se adaptarem a essas exigências podem enfrentar desafios significativos nos próximos anos. Além disso, os consumidores estão cada vez mais propensos a escolher produtos que demonstrem compromisso com práticas ambientais, criando uma oportunidade para empresas que promovem iniciativas verdes.



Uma pesquisa global, realizada em 2022 pela consultoria [Mckinsey](#), constatou que o agro brasileiro é o mais sustentável do mundo. Isso quer dizer que os produtores brasileiros já adotam técnicas que, em outros países, ainda podem representar um desafio. Segundo a pesquisa, o Brasil se mantém na vanguarda mundial da sustentabilidade no campo.

Os sistemas produtivos globais a cada dia mais convergem para práticas sustentáveis que consideram os impactos ambientais, sociais e de sua governança (ESG). Seja pelo engajamento com os pactos globais nesse sentido, seja pelas opções cada vez mais conscientes dos consumidores, não é possível para empresas de qualquer setor passar ao largo da adoção desses princípios, principalmente as que lidam com produção de alimentos. Portanto, mais do que uma exigência institucional e regulatória, adotar medidas de sustentabilidade e práticas ESG tornou-se um item de competitividade e de manutenção das próprias indústrias.

Diversas medidas adotadas por outros mercados podem impactar as exportações do agro brasileiro. Tem-se observado, em mercados com maior

sensibilidade a temas ambientais, o surgimento de mecanismos inéditos para fomentar os efeitos positivos do comércio sobre o meio ambiente e mitigar os seus efeitos negativos. São exemplos as propostas de lei antidesmatamento e de diligência devida sobre sustentabilidade corporativa.

A União Europeia é o principal mercado que está adotando tais medidas, e o denominado “Efeito Bruxelas” (regulamentações adotadas pelo bloco europeu que podem ser adotadas por outros mercados) poderá ocorrer nos próximos anos.

- **Lei antidesmatamento:** garantir que a importação de certos produtos (geralmente associados a desmatamento) não tenha procedência de áreas desmatadas.
- **Diligência Devida:** promover e dar transparência às ações de empresas no que diz respeito à responsabilidade ambiental e social em todas as suas operações e cadeias de abastecimento.

Alimentos orgânicos

O produto orgânico é, por definição do Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA), aquele que, seja in natura ou processado, é obtido sem o uso de defensivos de origem química e de forma não prejudicial ao ecossistema local.

O MAPA tem cadastrado 26 mil produtores – entre empresas, entidades e associações – que trabalham com produtos orgânicos, desde produção primária vegetal, extrativismo sustentável, processamento de produtos até fruticultura. Entre as centenas de produtos orgânicos citados nesta lista estão frutas e legumes tropicais, além de gengibre, algodão, castanha, mel,

cera e muitos outros alimentos. Constan também produtos processados, como geleias, conservas, doces, sucos e massas.

No Brasil e no mundo, há uma crescente demanda por alimentos mais saudáveis, orgânicos e sustentáveis. Isso está alinhado com as tendências globais de saúde e bem-estar, que incluem um aumento na consciência dos consumidores sobre a origem e a qualidade dos produtos alimentares.



Pesquisa do [Instituto Organix](#) aponta que, entre 2021 e 2023, houve um crescimento de 16% no consumo de orgânicos. A ApexBrasil tem apoiado o potencial exportador desse segmento, que contribui para fortalecer nossa bioeconomia e para impulsionar o desenvolvimento sustentável do país.

A ApexBrasil e o agro brasileiro



Projetos setoriais

Os segmentos de agronegócio, alimentos e bebidas são atendidos pela ApexBrasil por meio de projetos setoriais, que apoiam empresas de diferentes portes e de todas as regiões do Brasil. O apoio ocorre via convênios com entidades ou sindicatos vinculados a cada segmento. A divulgação de práticas de sustentabilidade e governança ética no agronegócio brasileiro e da indústria de alimentos e bebidas está sempre presente durante a participação brasileira em grandes feiras internacionais promovida pela ApexBrasil.

Atualmente, a Agência mantém **20 projetos setoriais** dedicados aos setores do agronegócio e de alimentos e bebidas. São eles:

1. [Cotton Brazil](#);
2. [Abimapi International](#);
3. [Brazil. The Coffee Nation](#);
4. [Agro.BR](#);
5. [Frutas do Brasil](#);
6. [Halal do Brasil](#);
7. [Brazil Sugarcane Bioenergy Solution](#);
8. [Projeto Brazilian Rice](#);
9. [Projeto Brazilian Beef](#);
10. [Projetos Brazilian Chicken, Brazilian Pork, Brazilian Egg e Brazilian Breeders](#);
11. [Projeto Brazilian Distillers Grains](#);
12. [Projeto Brazilian Cattle](#);
13. [Projeto Pet Brasil](#);
14. [Projeto Wines of Brazil](#);
15. [Projeto Açúcar e Etanol](#);
16. [Projeto Brazilian Instant Coffee](#);
17. [Projeto Brasil Sweets and Snacks](#);
18. [Projeto Feijões e Pulses](#);
19. [Projeto Brazilian Seafood](#); e
20. [Projeto Brazilian Renderers](#).

CLIQUE AQUI E SAIBA MAIS SOBRE CADA PROJETO SETORIAL DA APEXBRASIL VOLTADO PARA AGRONEGÓCIO.



Relações comerciais Brasil-União Europeia

ORDEM E PROGRES

O segundo principal destino das exportações brasileiras

Formada por 27 países, a União Europeia é o segundo principal destino das exportações brasileiras, que chegaram, em 2022, a US\$ 50,8 bilhões. Apesar da pauta exportadora estar hoje concentrada em commodities, a União Europeia apresenta um grande universo de possibilidades para as empresas brasileiras. Conforme o [Mapa de Oportunidades da ApexBrasil](#), o bloco apresenta 8.300 oportunidades para exportadores brasileiros, com destaque para:



- Áreas de artigos manufaturados (2.427)
- Produtos alimentícios e animais vivos (1.526)
- Máquinas e equipamentos de transporte (1.252)

A ApexBrasil apoia 25 Projetos Setoriais com foco na União Europeia, nos mais diversos complexos produtivos: Alimentos e Bebidas; Casa e Construção; Máquinas e Equipamentos; Moda, Saúde; Economia Criativa; e Tecnologia da Informação e Comunicação.

Exportações por países/produtos

Os países da União Europeia para os quais o Brasil mais exportou em 2023 foram:

- Países Baixos – US\$ 12 bilhões, ou 21,1% das exportações para o continente em 2023.
- Espanha – US\$ 7,8 bilhões, ou 13,6%
- Alemanha – US\$ 5,6 bilhões, ou 9,8%
- Itália – US\$ 4 bilhões, ou 7,1%

Os produtos mais vendidos para a União Europeia em 2023 foram:

- Óleos brutos de petróleo ou de minerais betuminosos, crus – quase US\$10 bilhões, (que responderam por 53,7% da pauta de exportações para a UE entre 2019 e 2023).
- Farelos de soja e outros alimentos para animais (excluídos cereais não moídos) – US\$ 5,4 bilhões.
- Farinhas de carnes e outros animais – US\$ 5,4 bilhões.
- Soja – US\$ 4,9 bilhões.
- Café não torrado – US\$ 4 bilhões.
- Minérios de cobre e concentrados – US\$ 2,4 bilhões.

Investimentos

A União Europeia é o principal investidor no Brasil, registrando estoque de IED de US\$ 369 bilhões em 2021. Esse valor cresceu 11% entre 2012 e 2021.

O aumento foi impulsionado por investimentos oriundos de:

- Países Baixos – US\$ 84,2 bilhões
- Luxemburgo – US\$ 13,9 bilhões
- Áustria – US\$ 12,7 bilhões.
- França – US\$ 7,1 bilhões

Em sentido contrário, a União Europeia é também o principal destino dos investimentos brasileiros. O estoque de IED brasileiro na União Europeia cresceu 29% entre 2012 e 2021, registrando US\$ 168,8 bilhões e 36% de participação nos investimentos brasileiros em 2021.

Acordo Mercosul – UE

Em negociação há mais de 25 anos, há expectativa de que o acordo Mercosul-UE seja finalmente concluído pelas partes. Em 2024, diversas reuniões técnicas ocorreram entre a Comissão Europeia e os negociadores do Mercosul. Entre 7 e 9 de outubro, os principais negociadores de ambos os lados se reuniram novamente, em Brasília, para fechar um acordo a tempo de ser levado para a cúpula dos líderes do G20, programada para novembro, no Rio de Janeiro.

A entrada em vigor do Acordo Mercosul-UE pode representar uma oportunidade para os países de ambos os blocos, ao reforçar o comércio de produtos relacionados à sustentabilidade e à transição energética. Do lado dos interesses brasileiros, praticamente 100% dos bens industriais e 77% dos produtos agrícolas teriam tarifas de importação eliminadas pela UE.

Apesar da tradicional resistência francesa ao Acordo, a maioria dos países do bloco é a favor do acordo (Alemanha, Espanha, Portugal e Itália, por exemplo) e há uma nova janela política para que as negociações sejam totalmente concluídas.

Outros acordos

O Regulamento Europeu Antidesmatamento (EUDR), o Mecanismo de Juste de Carbono na Fronteira (CBAM) e a Diligência das Empresas e Responsabilidade Empresarial são as legislações que vêm impactando e exigindo adaptações das empresas exportadoras brasileiras. Em 01 de outubro deste ano, a Comissão Europeia anunciou o adiamento em um ano da aplicação do Regulamento para Produtos Livres de Desmatamento (EUDR, na sigla em inglês). O objetivo do adiamento é estabelecer um período de adaptação progressiva da regulamentação, proporcionando às empresas mais tempo hábil de preparação e adequação, embora a proposta da Comissão Europeia ainda necessite passar pelo Parlamento e pelo Conselho Europeu.

O mercado europeu de alimentos e bebidas



Alimentos

De acordo com dados da Fitch Solutions, que prevê o comportamento de setor de alimentos e bebidas a Europa até 2028, o mercado de alimentos e bebidas do continente Europeu deve continuar crescendo de forma constante. As previsões indicam um aumento gradual dos gastos dos consumidores, impulsionado por uma recuperação econômica pós-pandemia e pela crescente demanda por produtos saudáveis, orgânicos e sustentáveis. Observa-se uma mudança em direção a opções de alimentos mais saudáveis e sustentáveis, o que fortalecerá segmentos como produtos orgânicos e alternativas à base de plantas.

No médio prazo, até 2028, é previsto que o crescimento dos gastos com alimentos na Europa registre entre 5% e 7% ao ano, e aumente (em termos nominais) de USD 1,97 trilhões em 2024 para USD 2,3 trilhões em 2028.

O mercado de alimentos europeu é grande e diversificado, com produtos premium, orgânicos e artesanais se tornando cada vez mais populares na Europa Ocidental, enquanto partes da Europa Oriental permanecem menos desenvolvidas em termos de preferências do consumidor.

Carnes e aves são o maior subsetor na Europa, representando cerca de um quarto dos gastos totais, segundo as previsões da Fitch Solutions para 2024. Este subsetor manterá uma posição de liderança no médio prazo, até 2028. É esperado que a demanda por produtos orgânicos e de origem local aumente em popularidade.

O subsetor de laticínios será um dos mais inovadores na Europa nos próximos anos. Embora o mercado de laticínios na Europa seja altamente saturado, há oportunidades em segmentos mais saudáveis e não tradicionais,

como leite de soja e amêndoa e iogurte grego, que continuarão crescendo em popularidade.

É previsto também que os gastos com frutas e vegetais frescos e preservados superem a maioria dos subsetores tradicionais de forte crescimento, como açúcar e produtos açucarados e pães, arroz e cereais, registrando uma média de crescimento de cerca de 6% ao ano até 2028.

No médio prazo, espera-se que os governos europeus promovam ativamente uma alimentação mais saudável para combater os crescentes problemas de obesidade, especialmente nos mercados em desenvolvimento. Já Bélgica, Finlândia, França, Hungria, Irlanda, Letônia, Mônaco, Noruega, Portugal e Reino Unido implementaram impostos ou taxas sobre o açúcar. É possível haver mais exemplos de “impostos do pecado” sendo introduzidos até 2028.

Bebidas

Segundo dados da Fitch Solutions, o mercado europeu de bebidas alcoólicas apresenta um crescimento constante, com as principais categorias como cerveja, vinho e destilados se recuperando após a pandemia. Espera-se que o consumo per capita continue estável, apesar das pressões econômicas, com as vendas de bebidas alcoólicas na Europa previstas para crescer 2,5% em 2024, atingindo um valor de mercado de USD 335,8 bilhões.

Apesar do crescimento previsto, o setor enfrenta alguns desafios, incluindo regulamentações mais rigorosas sobre o consumo de álcool e campanhas de conscientização sobre saúde pública. Além disso, o aumento da demanda por bebidas com baixo teor alcoólico ou não alcoólicas cria oportunidades para inovações no setor.

Assessoria de imprensa ApexBrasil



Imprensa@apexbrasil.com.br

Adriana Reis (55 11) 99912-8480

apexBrasil

MINISTÉRIO DAS
RELAÇÕES
EXTERIORES

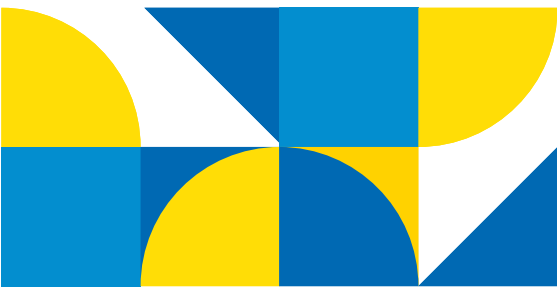
MINISTÉRIO DO
DESENVOLVIMENTO,
INDÚSTRIA, COMÉRCIO
E SERVIÇOS

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

Acompanhe as
ações da ApexBrasil
em tempo real



apexbrasil.com.br



SUMMARY

Presentation 32

About ApexBrasil 34

SIAL Paris 35

Europe's largest food fair 35

Brazil at SIAL Paris 37

History of Brazilian participation 38

Brazil at SIAL Paris 2024 38

Participating companies 39

Schedule 40

Launch of Buy Brazil 41

About the Brazil Trade Lounge (BTL) 41

Agribusiness and Brazil's food and beverage sector 43

Brazilian agribusiness 44

Sectors in the spotlight 46

New markets for agribusiness 47

Brazil's food and beverage sector 48

Sustainable Production 49

Organic food 49

ApexBrasil and Brazilian agribusiness 51

Sectoral projects 52

Brazil-European Union trade relations 53

The second main destination for Brazilian exports 54

Exports by country/product 54

Investment 55

Mercosur-EU agreement 55

Other agreements 55

The European food and drink market 56

Foods 57

Beverages 57

Presentation



Press kit SIAL Paris 2024

This document gathers information about SIAL Paris and presents the performance of the Brazilian food and beverage sector and agribusiness in Brazil's trade balance. It also provides information on the commercial relationship between these segments and European Union countries, especially France. The material was designed to guide press professionals who will be covering the event, as well as facilitating access to export data related to agribusiness and Brazil's food and beverage sector.

The *Salon International de l'Alimentation* (SIAL) is a biannual trade fair held since 1964 in Paris, France, considered to be one of the largest and most important in the food, beverage and agribusiness sectors in Europe. It is the most important international meeting of buyers and suppliers in the world and the first destination for doing business.



The Brazilian Trade and Investment Promotion Agency ([ApexBrasil](#)) has been present at SIAL Paris since 2006, when it gained more space for Brazilian products to enter France and adjacent markets in Europe, the Middle East, Africa and North America.

In its last edition in 2022, SIAL Paris had more than 7,000 exhibitors from 127 countries and welcomed more than 265,000 visitors from 200 nations. Of the total number of visitors, around 90% are foreigners, which reinforces the fair's position as a global platform for promoting the food and drink sector.

This year, SIAL Paris celebrates its 60th anniversary and ApexBrasil will once again be present, organizing the Brazil Pavilion with the participation of 192 companies, 87 of which are directly supported by the Agency, 9 "[Commercial Exporters or Trading Companies](#)" – representing 50 small businesses via the Brazil Trade Lounge (BTL) – as well as another 46 companies participating via the sectoral projects Brazilian Pork, Brazilian Chicken, Brazilian Egg and Brazilian Breeders, carried out in partnership with the Brazilian Animal Protein Association ([ABPA](#)), and via the sector project Brazilian Beef, carried out in partnership with the Brazilian Association of Meat Exporting Industries ([ABIEC](#)). The expectation is to generate US\$ 2.5 billion in immediate business and future contracts for the participating Brazilian companies.



This press kit also presents the catalog of Brazilian companies participating in SIAL Paris 2024, as well as the program of the Brazil Pavilion. During the event, through various activities, ApexBrasil will highlight Brazil's export maturity, productivity with sustainability and international competitive quality.

By organizing Brazil's participation in SIAL Paris, the Agency is seeking to reinforce Brazil's position as a global business partner and publicize commercial opportunities in the country, as well as inserting and expanding Brazil's presence in the international market.



About ApexBrasil



Promoting Brazilian companies to generate business around the world

Through various programs, ApexBrasil works to promote the country's image abroad, promote exports and attract foreign investment to strategic sectors of our economy, as well as qualifying Brazilian companies that want to start internationalizing their businesses. In order to achieve these objectives, it carries out a variety of trade promotion actions to promote Brazilian products and services. The initiatives include prospecting and trade missions, business roundtables, support for the participation of Brazilian companies in major international fairs and visits by foreign buyers and opinion formers to get to know the Brazilian production structure and other business platforms.

In 2023, ApexBrasil reached a record number of companies served, totaling 17,061 Brazilian producers supported. Of the total, 43% are micro and small businesses. Of the companies supported that year, 4,181 exported a total of US\$140.7 billion, which corresponds to 41% of Brazil's total exports in 2023. In 2024, more than 13,000 companies have already been supported in the first half of the year, 47.6% of which are micro and small enterprises (MSEs).

SIAL Paris

Date: From October 19 to 23, 2024

Schedule: 10h00 – 18h30

Location: Parc des Expositions de Villepinte – ZAC Paris Nord 2

Address: 82, Avenue des Nations – 93420 – Villepinte – France

INFO: WWW.SIALPARIS.COM/EN

Europe's largest food fair

O [SIAL Paris](#) is a biannual trade fair that has been held since 1964 with the aim of prospecting new products, suppliers and promoting knowledge about market trends and innovations in the agri-food sector. This year's SIAL Paris celebrates its 60th anniversary and remains committed to the growth of agri-food companies on a local and international scale. Consolidated as an



exceptional business platform, it continues to attract buyers from all over the world and present the main market trends for the food and beverage segment, as well as mobilizing opinion formers and specialized media from Europe and neighboring countries.

From October 19 to 23, 2024, Paris will once again become the world's gastronomic capital and a meeting point for representatives of the sector who work tirelessly to analyze scenarios, exchange experiences, present products, learn about innovations, reinvent themselves, discuss trends, ensure greater sustainability, do business and propose solutions for the future of the food industry chain in the world.

For five days, the halls of the *Parc des Expositions Paris Nord Villepinte*, on the outskirts of Paris, will show the world what's new and what the future holds for this promising segment. The sectors covered by the fair are: food processing; ready meals; frozen foods; dairy products; seafood; beverages; organic and wellness-related products; fruit and vegetables; confectionery and meat.

For this special edition, SIAL Paris is presenting a portfolio of innovations aimed at the entire food industry:

- **SIAL Insight** – an observatory launched in 1996 with a focus on food innovation offered in partnership with Protéines XTC, including trends and decoding of new products, consumers and the food industry analyzed by specialized companies: Kantar, Protéines XTC and Gira.
- **SIAL Off** – an exclusive guide with recommendations for different restaurants and venues in Paris.

- **SIAL Summits** – a new format that redefines traditional conferences, with in-depth discussions on key issues and innovative perspectives that impact the industry.
- **SIAL for Change** – recognizing the initiatives and commitment of food companies towards a more sustainable future.
- **SIAL Jobs** – connecting companies and talents to facilitate recruitment, addressing a strategic challenge for the agri-food sector.

SIAL PARIS 2024 – 60 YEARS

7,500 exhibitors

130 countries represented

8,000 buyers

285,000 professionals from
205 countries

400,000 products and innovations

11 pavilions

10 food sectors



ACCESS THE OFFICIAL 60 YEARS OF SIAL PARIS



Brazil at SIAL Paris



History of Brazilian participation

Brazil began participating in SIAL Paris with work led by ApexBrasil in 2006. Since then, aware of the event’s potential to promote Brazil’s exports with a focus on Brazilian agribusiness products, the Agency has sought to diversify the food and drink export agenda, explore new business possibilities and position Brazil as one of the main trading partners and a strategic country for food security with quality and sustainable production.

Since then, the number of participating companies and the volume of business have only increased. The table below shows the event’s potential, evolution and relevance for the country.

YEAR	Nº OF COMPANIES	BUSINESS VALUE
2006	70	US\$ 505 million
2008	80	US\$ 603 million
2010	110	US\$ 1,1 billion
2012	82	US\$ 1,02 billion
2014	84	US\$ 1,184 billion
2016	102	US\$ 1,2 billion
2018	128	US\$ 2,3 billion
2020	*	*
2022	130	US\$ 1,9 billion
2024	192	**US\$ 2,5 billion

*The 2020 edition was canceled due to the pandemic

** Expectation for 2024

Brazil at SIAL Paris 2024

With the concept of ‘Brazil for the world’, ApexBrasil is coming to this edition of SIAL Paris focused on promoting the country’s international competitive excellence, export Brazilian companies supported by ApexBrasil. Within the pillars of originality, sustainability and quality, the agri-food products will be presented to the international public and potential foreign buyers.

This edition will have the largest number of Brazilian companies present at the event, which demonstrates ApexBrasil’s leading role in supporting and encouraging the internationalization of relevant sectors in the country, such as agribusiness and food and beverages. The expectation is to generate US\$ 2.5 billion in immediate business and future contracts, including the expectation of business from participating companies via sectoral projects with ABIEC and ABPA.

BRAZIL AT SIAL PARIS 2024

87 empresas brasileiras apoiadas pela ApexBrasil.

9 companies *Trading Companies* supported by ApexBrasil with the Brasil Trade Lounge (BTL), representing **50** micro and small companies.

46 companies supported by sector projects with ABIEC (25) e ABPA (21).



BRAZIL PAVILION AT SIAL PARIS 2024

National Pavilion (multi-sector): 53 companies

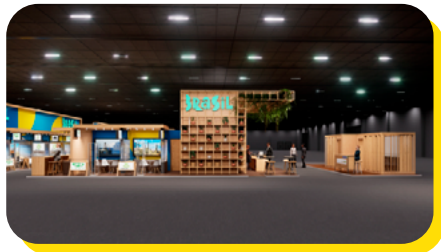
Drinks Pavilion: 10 companies

Meat Pavilion: 8 companies

Confectionery Pavilion: 10 companies

Frozen Food Pavilion: 5 companies

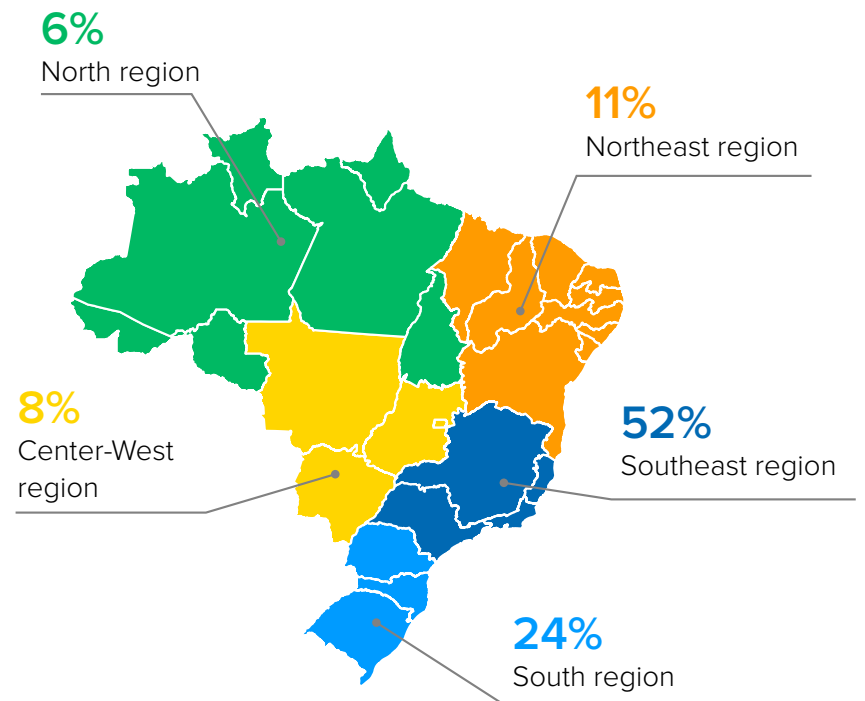
Grain Pavilion: 10 companies



Participating companies

For this edition of SIAL Paris, ApexBrasil will be joined by companies from the north to the south of Brazil, which together will contribute to the strategic objective of increasing the country's exports.

Of the 96 participating Brazilian companies supported directly by ApexBrasil:



The participation of women is also significant, with 55 female leaders at the helm of the companies present.

LEARN MORE ABOUT APEXBRASIL'S
WOMEN AND INTERNATIONAL BUSINESS
PROGRAM AT THIS LINK LINK



Of all the participants, 18 Brazilian companies will be offering organic products. In addition, 50 micro and small companies will have the opportunity to present their products to the world. They will be represented by nine commercial exporters, who will be at the event through the Brazil Trade Lounge (BTL) program.

The participating companies were analyzed according to the criteria established in the regulations published on the ApexBrasil website in November 2023. The selection considered items such as: leadership by women, internationally recognized certifications for adopting sustainable practices and positive impact, and participation in the Export Qualification Program ([PEIEX](#)) or AgroBR or Brazilian Suppliers.



ACCESS THE CATALOG OF BRAZILIAN
COMPANIES PARTICIPATING IN SIAL PARIS
2024 WITH APEXBRASIL



Schedule

The official opening of SIAL Paris 2024 will take place on October 19 at 10:30 a.m. (Paris time). The official opening of the Brazil Pavilion will take place at 12 noon, with the presence of the president of ApexBrasil, Jorge Viana, among other authorities. The occasion will see the official launch of Buy Brazil, ApexBrasil's new digital platform focused on international buyers.

At the Cooking Show, on the 19th, 20th and 21st, Brazilian chefs Belo Coelho, Luisa Kreitchmann e Marina Stroh will demonstrate the versatility and flavors of "made in Brazil" products. In the Tasting area, every day, participants, buyers, suppliers and professionals from the sector will be able to taste some of Brazil's best products and talk to the exhibitors.

Date: From October 19 to 23, 2024

Schedule: 10h00 – 18h30

Location: Parc des Expositions de Villepinte –
ZAC Paris Nord 2

Address: 82, Avenue des Nations – 93420 –
Villepinte – France

Launch of Buy Brazil

On the occasion of the opening of SIAL Paris 2024, ApexBrasil will launch the new Buy Brazil digital platform. With a focus on international buyers, the platform offers free access to an online directory of Brazilian exporters served by the Agency. The proposal is to connect the two ends in an easy, agile and secure way, with the support of ApexBrasil specialists. More than 100 Brazilian companies and producers from the food, beverage and agribusiness sector are already present on the platform.

The initiative arose from the need identified by ApexBrasil's offices abroad to meet the demands of importers to locate quality Brazilian products that meet their export requirements.

With the tool, Brazilian companies served by ApexBrasil will gain global visibility and will be able to promote their products and services digitally, through a catalog with information on their history, team, certificates and products available. In addition, importers gain ease, agility and security in their search process.

Among the features and benefits offered are:

- Digital showcases in English for exhibiting Brazilian products;
- Step-by-step registration and profile creation, including tips for optimizing your online presence;
- Secure and reliable platform with data protection;
- Technical support from the ApexBrasil team during registration;
- Greater visibility on the international market.

Through [Buy Brazil](#), foreign buyers will be able to apply search filters by the profile of the products they want to buy and find Brazilian suppliers qualified to serve them. The tool allows the buyer to access the contact information of the chosen company and get in touch to clear up any doubts and establish, together with the potential partner, the best way to close deals.



About the Brazil Trade Lounge (BTL)

The Brazil Trade Lounge (BTL) is a program led by ApexBrasil to provide opportunities for micro and small companies, non-exporting companies or start-up exporters to participate in major world trade fairs.

These companies usually participate in international trade fairs through commercial exporting companies, known as *Trading Companies*. They are responsible for intermediating the international negotiation and export processes.

Through BTL, ApexBrasil selects both the *Trading Companies* and the small businesses that will be represented by these commercial exporters, according to criteria established in a notice published on the Agency's website in the run-up to the major trade fairs. The action makes it possible for the products of these small businesses to become known around the world.

Exports intermediated by a commercial exporter allow companies, especially micro and small ones, to send their goods to other countries without having their own export structure or department.

[Click here and learn more about BTL](#)



In 2024, there have already been five editions of BTL. The first took place in Brazil, during the Anuga Select Brazil 2024 trade fair. This was followed by editions in Saudi Arabia, at the Saudi Food Show 2024; China, at Sial China; South Africa, at Africa's Big 7; and in the United States, at Summer Fancy Food.

In this edition of SialParis, BTL will have the participation of nine commercial exporting companies, which will bring products from 50 micro and small companies from different parts of the country to the international fair.

Of the nine commercial exporters participating in BTL at SIAL Paris, six have female leaders.

[Learn more about ApexBrasil's Women and International Business program at this link link.](#)

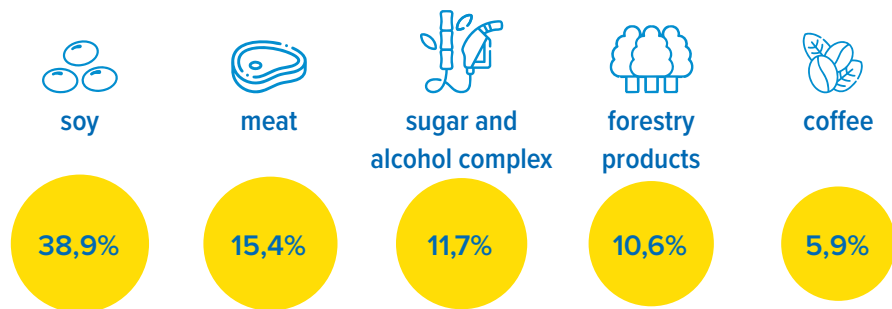
BTL has the support of the Brazilian Council of Commercial Import and Export Companies (CECIEEx), ApexBrasil's partner in the implementation of the Brazilian Suppliers sector project.

Agribusiness and Brazil's food and beverage sector



Agribusiness and Brazil's food and beverage sector

- **Record exports in 2023: US\$ 166.55 billion** – 4.8% higher than in 2022.
- In 2023, **agribusiness accounted for 49% of Brazil's total exports**. The previous year, the share was 47.5%.
- According to CEPEA, the sector accounted for **24% of the country's of the country's GDP in 2023**.
- From January to July 2024, **agribusiness exports totaled US\$ 97.80 billion** all-time record for the period.
- In July 2024, **exports reached US\$ 15,37 billion**, the highest figure recorded for the month and so far this year.
- **The five main export sectors for Brazilian agribusiness** in 2024 were **(82.5% of exports)**:



Brazilian agribusiness

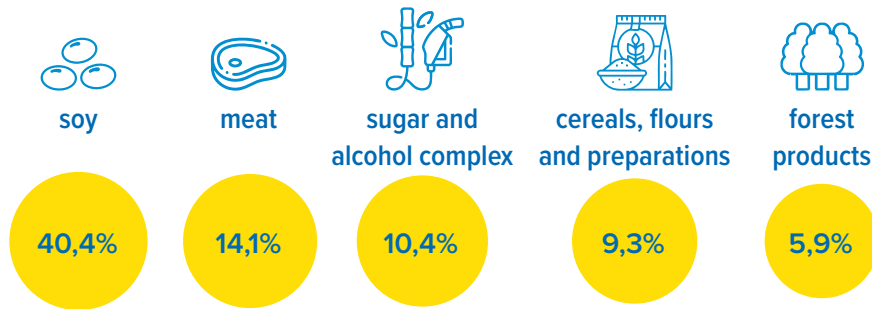
Brazil is known worldwide as one of the world's largest producers and exporters of food and raw materials. The country is considered the "breadbasket of the world" due to its performance in the agricultural sector, attributed to decades of investment in research, science and technology.

Brazil is currently the world's third largest exporter of agricultural products, behind only the European Union and the United States. But the country is a leader in sales of various products, such as green coffee, beef, fresh chicken, cellulose, soybeans, sugar and corn.

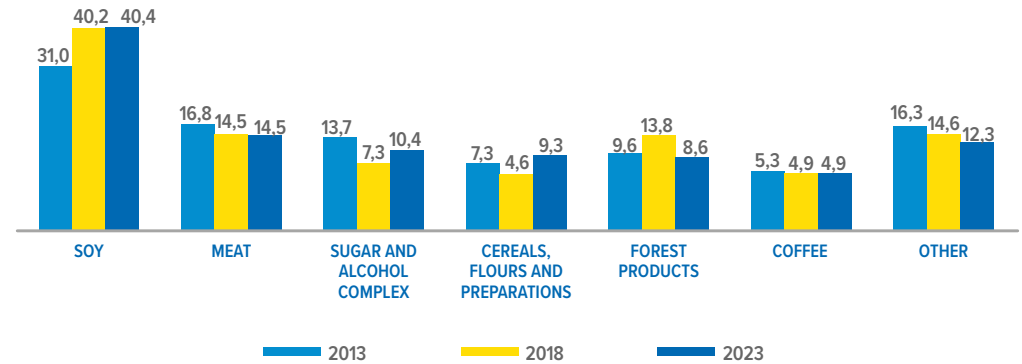
The year 2023 marked a historic turning point for Brazilian agribusiness, with major advances in exports and market expansion, resulting in record foreign sales. Last year, Brazilian agribusiness exports reached a record US\$ 166.55 billion – a growth of 66.6% in 10 years. The figure was 4.8% higher compared to 2022, which represents an increase of 7.68 billion dollars. Last year, agribusiness accounted for 49% of Brazil's exports. In 2022, the share was 47.5%. According to the Secretariat for Trade and International Relations of the Ministry of Agriculture and Livestock (MAPA), the performance was mainly influenced by the quantity shipped.

The figures show the growing importance of the sector for the Brazilian economy and Brazil's role as one of the largest global exporters of agricultural products.

The main destinations for Brazilian agribusiness exports in 2023 were China, the European Union, the United States, Japan and Indonesia. **Together, the following sectors accounted for 82.9% of agribusiness sales in 2023:**



Participation of the Main Sectors in Brazil's Exports (%)



From January to July 2024, agribusiness exports totaled US\$ 97.80 billion, an all-time record for the period. The amount represents an increase of 1% compared to what was shipped in the first seven months of 2023.

Sectors in the spotlight

► Bovine meat

- Brazil is the world's largest beef exporter.
- Exports of 2.26 million tons in 2022 – USD 13 billion.
- Exports of 2.29 million tons in 2023 – USD 10.5 billion.
- Beef exports in the first half of 2024 reached the sector's best ever result, totaling 1.29 million tons – USD 5.69 billion – with an increase of 27.3% in volume and 17% in value compared to the first half of 2023.
- The main importers of Brazilian beef in the first half of 2024 were: China; United Arab Emirates; United States; Hong Kong; and Chile.

► Chicken meat, pork and eggs

- Brazil is the world's leading exporter of chicken meat. In pigs, it ranks fourth as a world exporter.
- Brazilian egg exports (including all products, fresh and processed) ended 2023 with a total of 25,400 tons shipped, reaching US \$63.2 million in sales.
- The main destinations are: China, the United Arab Emirates, Japan and Saudi Arabia.

- Newcastle: China, Argentina and Mexico continue to restrict the export of poultry meat and poultry products to Brazil. Saudi Arabia, Bolivia, Chile, Cuba, Peru, the Eurasian Economic Union and Uruguay continue to have restrictions on the state of Rio Grande do Sul.

► Fished

- In 2023, the Brazilian fish sector reached US\$ 337.6 million in foreign sales with a total of 60,000 tons.
- Main buyers of Brazilian fish: United States (50.5%) and China (10.1%).
- Brazilian fish farming generated a volume of US\$23.7 million in exports in the first half of this year, which represents 96% of the sector's exports for the whole of 2023.
- Tilapia continues to be the country's most exported species.

► Coffee

- Brazil is the world's largest coffee exporter – USD 7.350 billion in 2023.
- The country accounts for 17.4% of the value exported, more than double that of the runner-up (Switzerland accounts for 8.6%).
- More than a third of the coffee produced in the world is Brazilian (38.1%).

- The main buying markets for Brazilian coffees in 2023 were: USA (15.5%), Germany (14.6%), Italy (9%), Belgium (6.3%), Japan (5.9%) and China (3.8%).
- The world’s largest exporters are: Brazil (17.4%), Switzerland (8.6%), Germany (8.1%), Vietnam (8%), Colombia (6.9%), Italy (6.1%) and Honduras (3.9%). –

► Fruit

- In 2023, Brazilian fruit growing achieved historic revenues of more than US\$ 1 billion with foreign sales of 1 million tons of fruit.
- Mangoes continue to lead fruit exports. The volume exported rose by 15% to 266,000 tons in 2023.
- The volume of grapes exported increased by 40%.
- The São Francisco Valley played a decisive role in the growth of exports – more than 90% of grapes and mangoes came from this region.

New markets for agribusiness

Since 2023, the Ministry of Agriculture and Livestock (MAPA), with the support of ApexBrasil and the Ministry of Foreign Affairs (MRE), [has opened up 246 new international markets for agribusiness in 60 destinations](#) surpassing the number recorded in the four years of the previous administration, which reached 239 openings. The market openings represent a victory not only for the sector, but for the country’s entire economy.



In 2023, 78 markets in 39 different countries were opened up to Brazilian agribusiness. The destinations with the most openings were: Singapore (7); Mexico (6); Chile (5); Colombia, Chile, Japan, Paraguay (4). As of September 2024, there are already 168 markets open in 45 different destinations, a record for the last five years. The destinations with the most openings were: Angola (14); Mexico (13); Canada (12); South Korea (10); Cuba and the United Kingdom (8); Japan and Peru (7).

In 2023, Brazilian exports to open markets were concentrated in Latin America and Asia, especially in the “meat and edible meat offal”, “preparations of meat, fish or crustaceans, molluscs” and “prepared animal feed” sectors. In 2024, Brazil’s main export destinations were in North America and Asia, especially “albuminoid substances, starch products”, “edible meat and offal”, and “oil seeds and oleaginous fruits; miscellaneous grains, seeds and fruits”.

This diversification covers a wide range of products beyond the traditional ones such as meat and soy, including fish, seeds, collagen, green coffee and açai powder.

YEAR	NEW MARKETS	COUNTRIES
2023	78	39
2022	53	26
2021	77	33
2020	74	24
2019	35	18

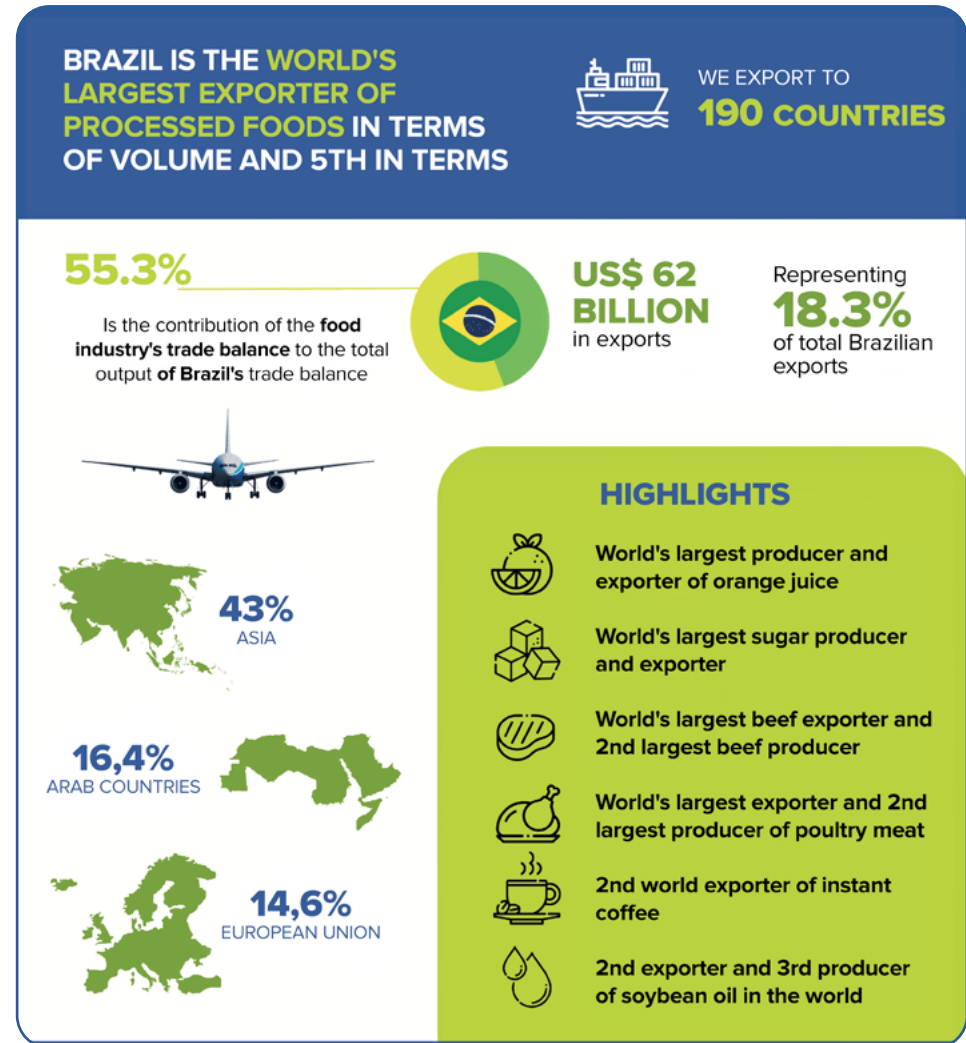
Brazil's food and beverage sector



Brazil's food and beverage industry processes 60.9% of everything produced by Brazilian agriculture. According to the [Brazilian Food Industry Association \(ABIA\)](#), in 2023, Brazil's food and beverage industry earned R\$1.161 trillion – an increase of 7.2% on the previous year. The volume represents 10.8% of the country's GDP (Gross Domestic Product). Of this total, R\$851 billion came from domestic sales and R\$310 billion from exports. The sector accounts for approximately 2 million formal and direct jobs, positively impacting another 10 million in the production chain. In 2023, the sector generated 70,000 new jobs in the country, representing 67% of the total generated in the manufacturing industry.

Also according to ABIA, in 2023, Brazil overtook the United States to become the world's leading exporter of processed foods in volume (fifth place in value), reaching 72.1 million tons – growth of 11.4% compared to 2022 and 51.8% compared to 2019 – positioning the country as a leading player on the global stage. The figure reached US\$ 62 billion – an increase of 5.2% compared to the previous year.

The sectors that stand out in terms of value include animal proteins (US\$ 23.6 billion), sugars (US\$ 16 billion), soybean meal (US\$ 12.6 billion), oils and fats (US\$ 3.6 billion), and vegetable preparations and juices (US\$ 2.9 billion). The main destinations for industrialized food and drink in Brazil are: Asia (43%), China (17.7%), Arab countries (16.4%) and the European Union (14.6%).



Sustainable Production

Sustainability has become a critical factor for the food and beverage industry in Brazil and around the world. Government regulations are increasingly focused on reducing environmental impact and promoting sustainable production practices. Companies that fail to adapt to these demands could face significant challenges in the coming years. In addition, consumers are increasingly likely to choose products that demonstrate a commitment to environmental practices, creating an opportunity for companies that promote green initiatives.



A global survey carried out in 2022 by the consulting firm [McKinsey](#) found that Brazilian agriculture is the most sustainable in the world. This means that Brazilian producers are already adopting techniques that in other countries can still be a challenge. According to the survey, Brazil remains at the forefront of sustainability in the countryside.

Global production systems are increasingly converging towards sustainable practices that take into account environmental, social and governance (ESG) impacts. Whether it's because of their commitment to the global pacts in this regard, or because of the increasingly conscious choices made by consumers, it's impossible for companies in any sector to ignore the adoption of these principles, especially those involved in food production. Therefore, more than an institutional and regulatory requirement, adopting sustainability measures and ESG practices has become an item of competitiveness and maintenance for the industries themselves.

Various measures adopted by other markets could have an impact on Brazilian agro exports. In markets that are more sensitive to environmen-

tal issues, unprecedented mechanisms have emerged to promote the positive effects of trade on the environment and mitigate its negative effects. Examples are the proposals for an anti-deforestation law and due diligence on corporate sustainability.

The European Union is the main market that is adopting such measures, and the so-called “Brussels Effect” (regulations adopted by the European bloc that can be adopted by other markets) could occur in the coming years.

- **Anti-deforestation law:** ensuring that the import of certain products (usually associated with deforestation) does not come from deforested areas.
- **Due diligence:** promoting and making transparent the actions of companies with regard to environmental and social responsibility in all their operations and supply chains.

Organic food

The Ministry of Agriculture and Livestock (MAPA) defines an organic product as one that, whether fresh or processed, is obtained without the use of chemical pesticides and in a way that is not harmful to the local ecosystem.

MAPA has registered 26,000 producers – including companies, organizations and associations – who work with organic products, from primary plant production, sustainable extraction, product processing to fruit growing. Among the hundreds of organic products on this list are tropical fruits and vegetables, as well as ginger, cotton, nuts, honey, wax and many other foods. Processed products such as jams, preserves, sweets, juices and pasta are also included.

In Brazil and around the world, there is a growing demand for healthier, organic and sustainable food. This is in line with global health and wellness trends, which include an increase in consumer awareness of the origin and quality of food products.



Research by the [Organis Institute](#) shows that between 2021 and 2023 there will be a 16% increase in organic consumption. ApexBrasil has supported the export potential of this segment, which contributes to strengthening our bioeconomy and boosting the country's sustainable development.

ApexBrasil and Brazilian agribusiness



ESSENCIALE 4 P 173

PO

BRAZILIAN SUPERFOODS
SUPERALIMENT BRÉSILIEN
THE BEST FROM NATURE

Essenciate

Podium

Taste

Essenciate
Bee Podium

Podium

Podium

Podium

Podium

Sectoral projects

The agribusiness, food and beverage segments are served by ApexBrasil through sectoral projects, which support companies of different sizes and from all Brazilian regions. Support is provided through agreements with entities or unions linked to each segment. The dissemination of sustainability and ethical governance practices in Brazilian agribusiness and the food and beverage industry is always present during Brazil's participation in major international trade fairs, promoted by ApexBrasil.

The Agency currently has **20 sectoral projects** dedicated to the agribusiness and food and drink sectors. They are:

1. [Cotton Brazil;](#)
2. [Abimapi International;](#)
3. [Brasil. The Coffee Nation;](#)
4. [Agro.BR;](#)
5. [Frutas do Brasil;](#)
6. [Halal do Brasil;](#)
7. [Brazil Sugarcane Bioenergy Solution;](#)
8. [Brazilian Rice Project;](#)
9. [Brazilian Beef Project;](#)
10. [Brazilian Chicken, Brazilian Pork, Brazilian Egg and Brazilian Breeders;](#)
11. [Brazilian Distillers Grains Project;](#)
12. [Brazilian Cattle Project;](#)
13. [Pet Brasil Project;](#)
14. [Wines of Brazil Project ;](#)
15. [Sugar and Ethanol Project;](#)
16. [Brazilian Instant Coffee Project;](#)
17. [Brazilian Sweets and Snacks Project;](#)
18. [Beans and Pulses Project;](#)
19. [Brazilian Seafood Project;](#)
20. [Brazilian Renderes Project.](#)

CLICK HERE HERE AND FIND OUT MORE ABOUT EACH APEXBRASIL SECTOR PROJECT FOCUSED ON AGRIBUSINESS.



Brazil-European Union trade relations

The second main destination for Brazilian exports

Made up of 27 countries, the European Union is the second main destination for Brazilian exports, which reached US\$ 50.8 billion in 2022. Despite the fact that exports are currently concentrated on commodities, the European Union offers a wide range of possibilities for Brazilian companies. According to the [ApexBrasil Opportunities Map](#) the bloc has 8,300 opportunities for Brazilian exporters, with the following standing out:



- Manufactured goods areas (2,427)
- Food products and live animals (1,526)
- Machinery and transport equipment (1,252)

ApexBrasil supports 25 Sectoral Projects with a focus on the European Union, in the most diverse production complexes: Food and Beverages; Home and Construction; Machinery and Equipment; Fashion, Health; Creative Economy; and Information and Communication Technology.

Exports by country/product

The European Union countries to which Brazil exported the most in 2023 were:

- Netherlands – US\$12 billion, or 21.1% of exports to the continent in 2023.
- Spain – US\$ 7.8 billion, or 13.6%
- Germany – US\$ 5.6 billion, or 9.8%
- Italy – US\$ 4 billion, or 7.1%

The most sold products to the European Union in 2023 were:

- Crude petroleum oils or oils obtained from bituminous minerals, crude – almost US\$10 billion (accounting for 53.7% of exports to the EU between 2019 and 2023).
- Soybean meal and other animal feed (excluding unground cereals) – US\$ 5.4 billion.
- Meat and other animal meal – US\$ 5.4 billion.
- Soybeans – US\$ 4.9 billion.
- Unroasted coffee – US\$ 4 billion.
- Copper ores and concentrates – US\$ 2.4 billion.

Investment

The European Union is the main investor in Brazil, registering an FDI stock of US\$ 369 billion in 2021. This figure grew by 11% between 2012 and 2021.

The increase was driven by investments from:

- Netherlands – US\$ 84.2 billion
- Luxembourg – US\$ 13.9 billion
- Austria – US\$ 12.7 billion – France – US\$ 7.1 billion

In the opposite direction, the European Union is also the main destination for Brazilian investments. The stock of Brazilian FDI in the European Union grew by 29% between 2012 and 2021, registering US\$ 168.8 billion and a 36% share of Brazilian investments in 2021.

Mercosur-EU agreement

Negotiated for over 25 years, the Mercosur-EU agreement is expected to finally be concluded by the parties. In 2024, several technical meetings took place between the European Commission and Mercosur negotiators. Between October 7 and 9, the main negotiators from both sides met again in Brasilia to reach an agreement in time to be taken to the G20 leaders' summit scheduled for November in Rio de Janeiro.

The entry into force of the Mercosur-EU Agreement could represent an opportunity for the countries of both blocs to strengthen trade in products related to sustainability and the energy transition. On the side of Brazilian interests, practically 100% of industrial goods and 77% of agricultural products would have import tariffs eliminated by the EU.

Despite the traditional French resistance to the Agreement, the majority of the bloc's countries are in favor of the deal (Germany, Spain, Portugal and Italy, for example) and there is a new political window for the negotiations to be fully concluded.

Other agreements

The European Anti-Deforestation Regulation (EUDR), the Carbon Border Adjustment Mechanism (CBAM) and Corporate Due Diligence and Corporate Responsibility are the pieces of legislation that have been having an impact and requiring Brazilian exporting companies to adapt. On October 1st of this year, the European Commission announced the postponement of the application of the Deforestation-Free Products Regulation (EUDR) by one year. The aim of the postponement is to establish a period of progressive adaptation of the regulation, giving companies more time to prepare and adapt, although the European Commission's proposal still needs to go through the European Parliament and Council.

The European food and drink market



Foods

According to data from Fitch Solutions, which forecasts the behavior of the food and beverage sector in Europe until 2028, the food and beverage market on the European continent should continue to grow steadily. Forecasts indicate a gradual increase in consumer spending, driven by a post-pandemic economic recovery and growing demand for healthy, organic and sustainable products. There is a shift towards healthier and more sustainable food options, which will strengthen segments such as organic products and plant-based alternatives.

In the medium term, until 2028, the growth in food spending in Europe is expected to be between 5% and 7% per year, and to increase (in nominal terms) from USD 1.97 trillion in 2024 to USD 2.3 trillion in 2028.

The European food market is large and diverse, with premium, organic and artisanal products becoming increasingly popular in Western Europe, while parts of Eastern Europe remain less developed in terms of consumer preferences.

Meat and poultry is the largest sub-sector in Europe, accounting for around a quarter of total spending, according to Fitch Solutions' forecasts for 2024. This subsector will maintain a leading position in the medium term, until 2028. The demand for organic and locally sourced products is expected to increase in popularity.

The dairy sub-sector will be one of the most innovative in Europe in the coming years. Although the dairy market in Europe is highly saturated, there are opportunities in healthier and non-traditional segments, such as soy and almond milk and Greek yogurt, which will continue to grow in popularity.

Spending on fresh and preserved fruit and vegetables is also expected to outstrip most of the traditional high-growth sub-sectors, such as sugar and sugar products and bread, rice and cereals, registering an average growth rate of around 6% per year until 2028.

In the medium term, European governments are expected to actively promote healthier eating to combat growing obesity problems, especially in developing markets. Belgium, Finland, France, Hungary, Ireland, Latvia, Monaco, Norway, Portugal and the United Kingdom have all implemented taxes or levies on sugar. There may be more examples of “sin taxes” being introduced by 2028.

Beverages

According to data from Fitch Solutions, the European alcoholic beverages market is showing steady growth, with the main categories such as beer, wine and spirits recovering after the pandemic. Per capita consumption is expected to remain stable despite economic pressures, with sales of alcoholic beverages in Europe forecast to grow by 2.5% in 2024, reaching a market value of USD 335.8 billion.

Despite the expected growth, the sector faces some challenges, including stricter regulations on alcohol consumption and public health awareness campaigns. In addition, the increase in demand for low-alcohol or non-alcoholic drinks creates opportunities for innovation in the sector.

ApexBrasil press office



Imprensa@apexbrasil.com.br

Adriana Reis (55 11) 99912-8480

apexBrasil

MINISTÉRIO DAS
RELAÇÕES
EXTERIORES

MINISTÉRIO DO
DESENVOLVIMENTO,
INDÚSTRIA, COMÉRCIO
E SERVIÇOS

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

Follow ApexBrasil's
actions in real time



apexbrasil.com.br