



O Mercado dos Frutos Secos

Fevereiro 2018



Centro Nacional de Competências
dos Frutos Secos



Realmark
Marketing Research Institute

Estruturação do Estudo

- 1º Capítulo → Estudo Definições do Mercado;
- 2º Capítulo → Caracterização de Mercados-Alvo;
- 3º Capítulo → Estudo Mercados e Posicionamento;
- 4º Capítulo → Estudo Mercados para Produtos Tradicionais;
- 5º Capítulo → Estudo Mercados para Produtos Emergentes;
- 6º Capítulo → Estudo Mercados para Produtos Frescos;
- 7º Capítulo → Estudo Mercados para Produtos Transformados;
- 8º Capítulo → Avaliação Feiras Internacionais;
- 9º Capítulo → Avaliação Confederações e Associações Sectoriais.



Estudo Definições do Mercado

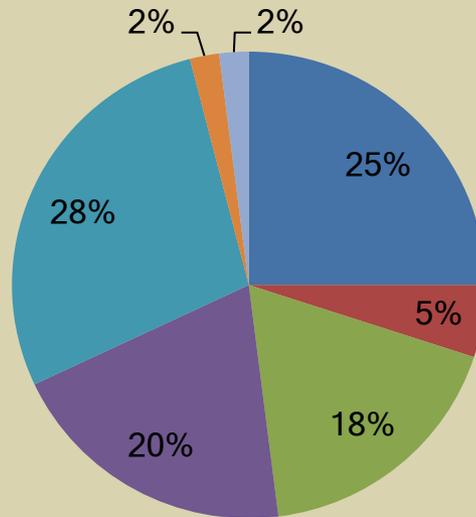
Mercado Nacional

- O consumo médio em Portugal é de cerca de 4 quilos por ano.
- A produção mantém-se sensivelmente constante, tendo sido em 2014 de aproximadamente 50 milhões de euros.
- Em 2016 existiu uma diferença positiva de 16 milhões de euros (equivalente a 14 521 083 quilos) entre a importação e a exportação.



Estudo Definições do Mercado

Mercado Internacional → Consumo

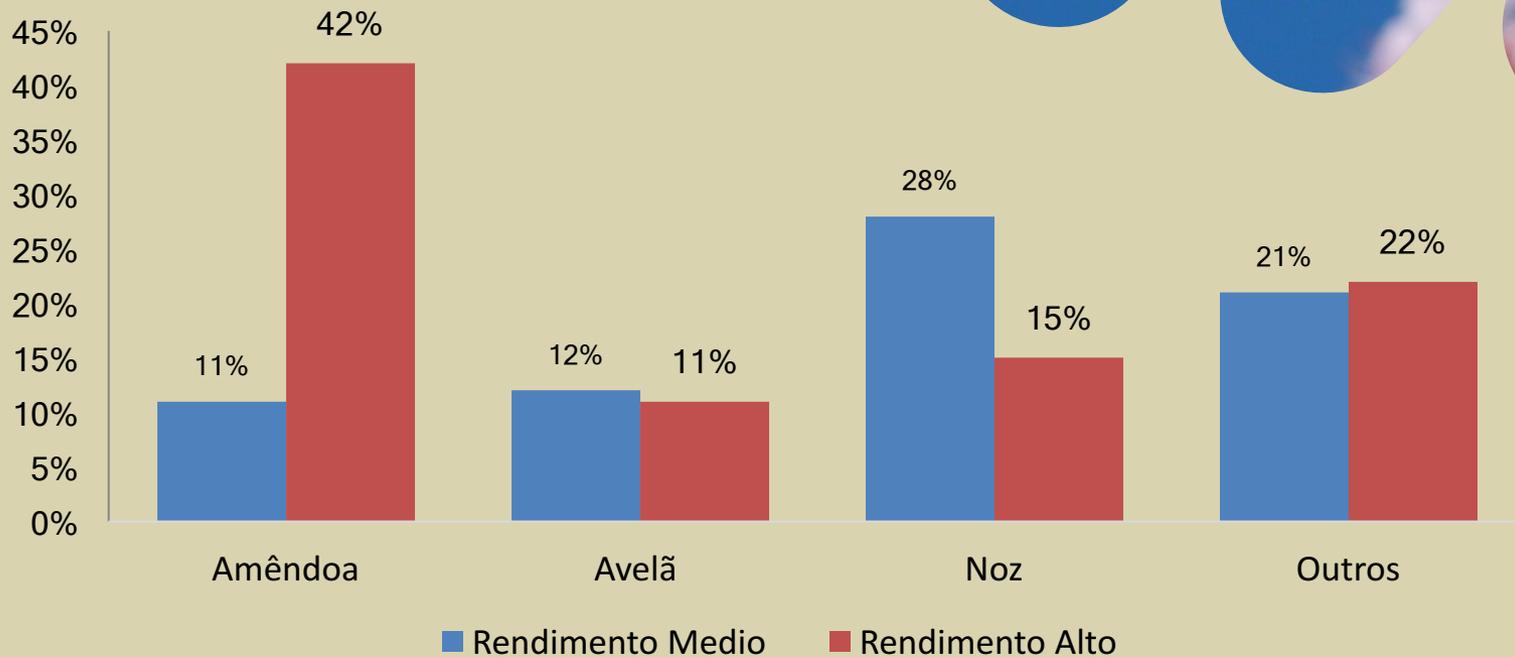


■ Europa ■ África ■ Médio Oriente ■ Ásia ■ América do Norte ■ Oceania ■ América Latina



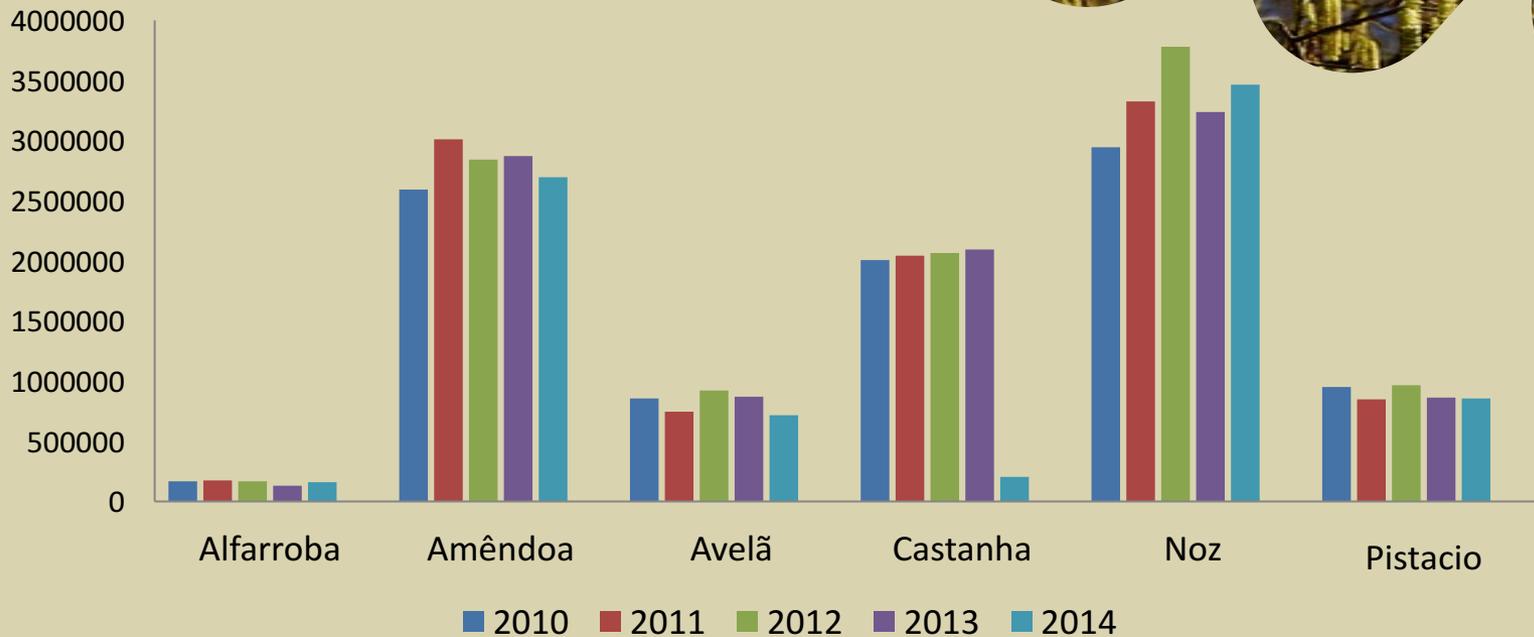
Estudo Definições do Mercado

Mercado Internacional → Consumo



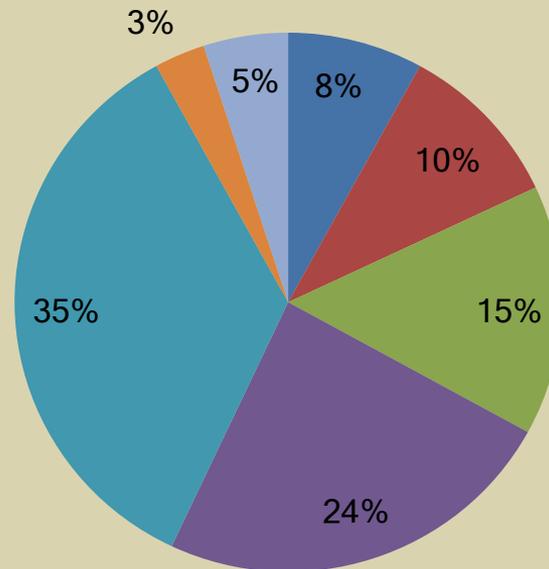
Estudo Definições do Mercado

Mercado Internacional → Produção



Estudo Definições do Mercado

Mercado Internacional → Produção

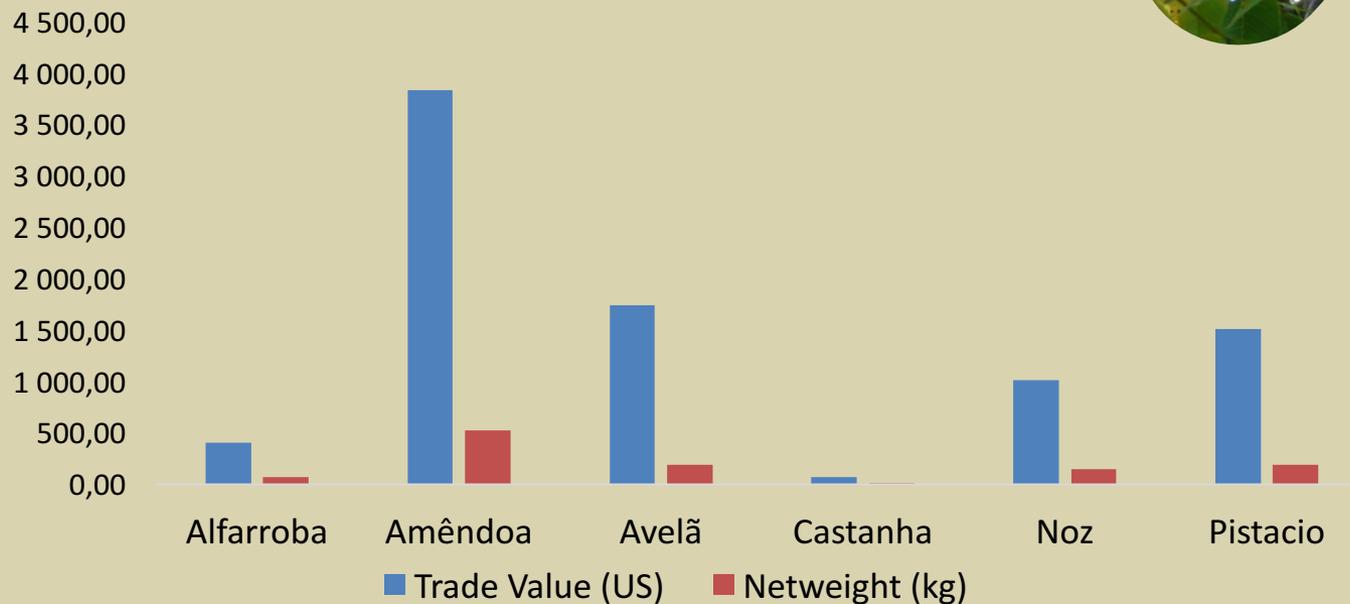


■ Europa ■ África ■ Médio Oriente ■ Ásia ■ América do Norte ■ Oceania ■ América Latina



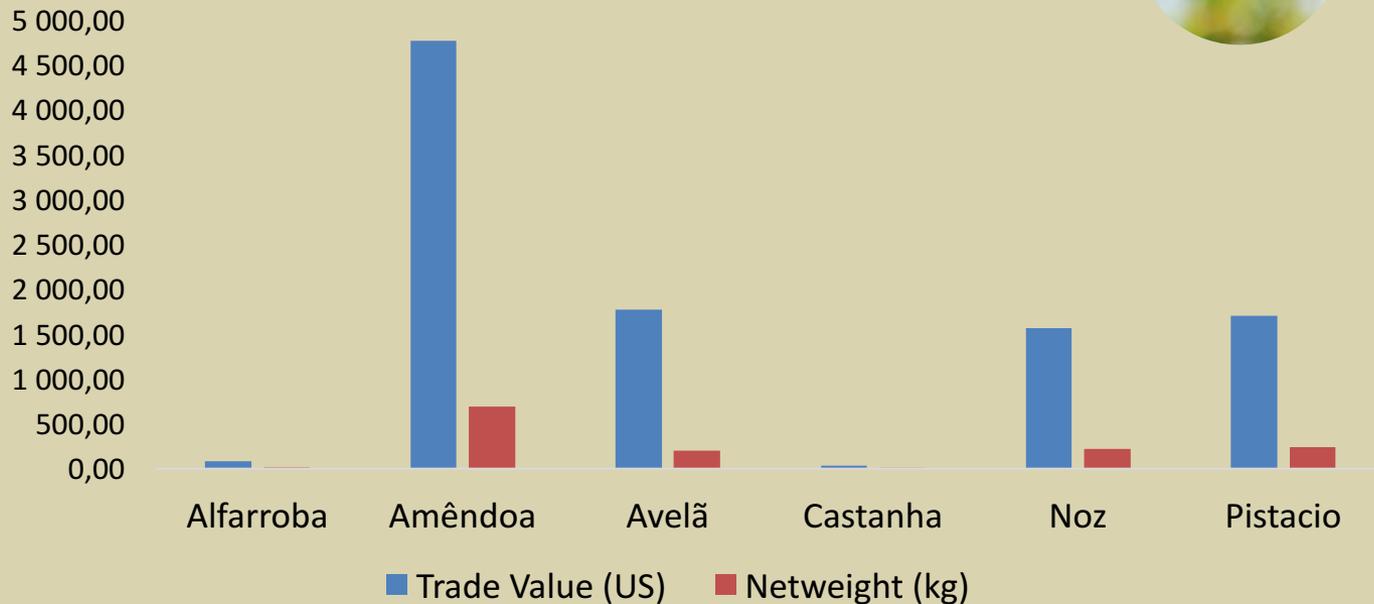
Estudo Definições do Mercado

Mercado Internacional → Importação



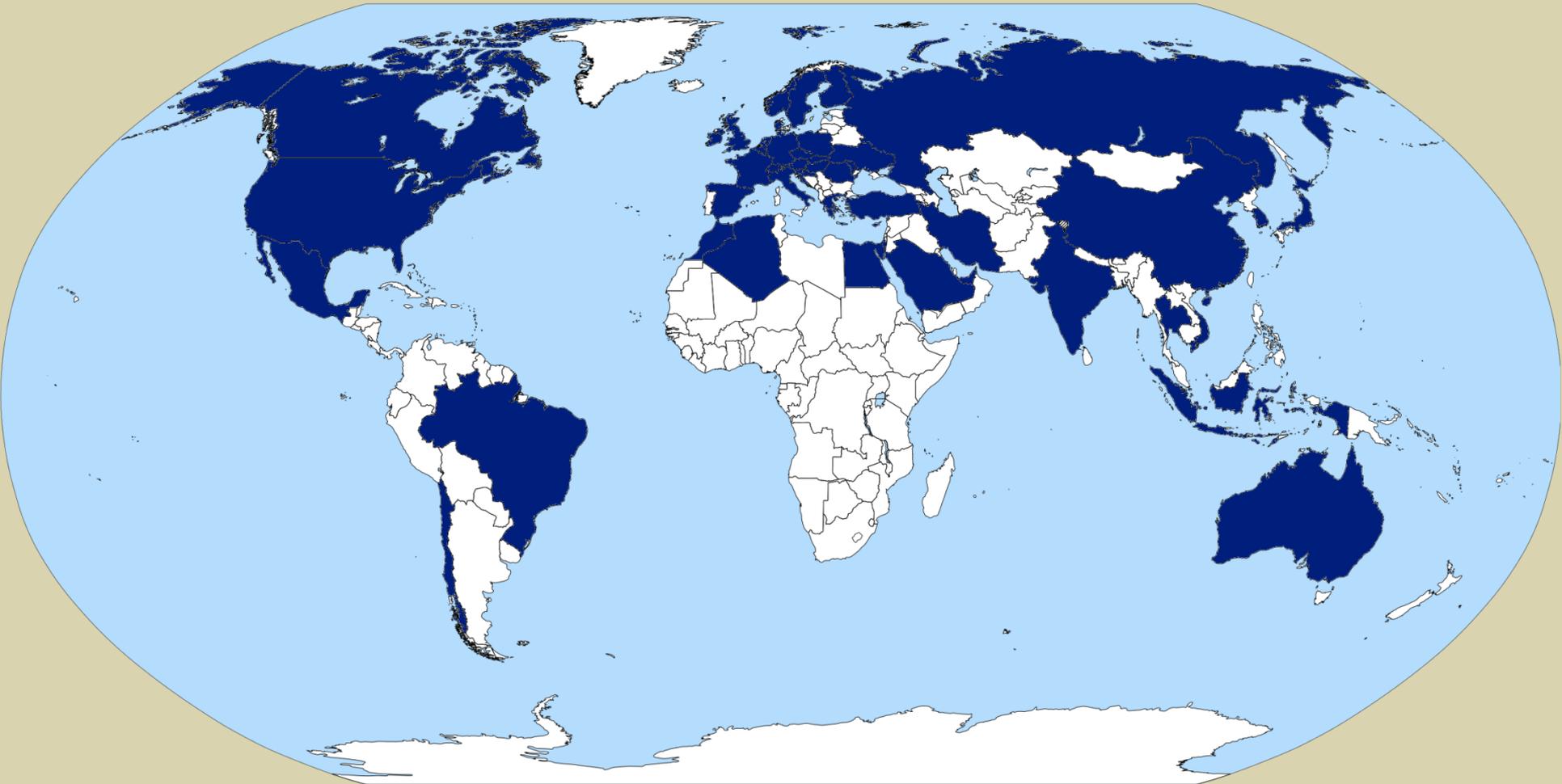
Estudo Definições do Mercado

Mercado Internacional → Exportação



Identificação de Mercados-Chave

Escala de 50 Países



Estudo Definições do Mercado

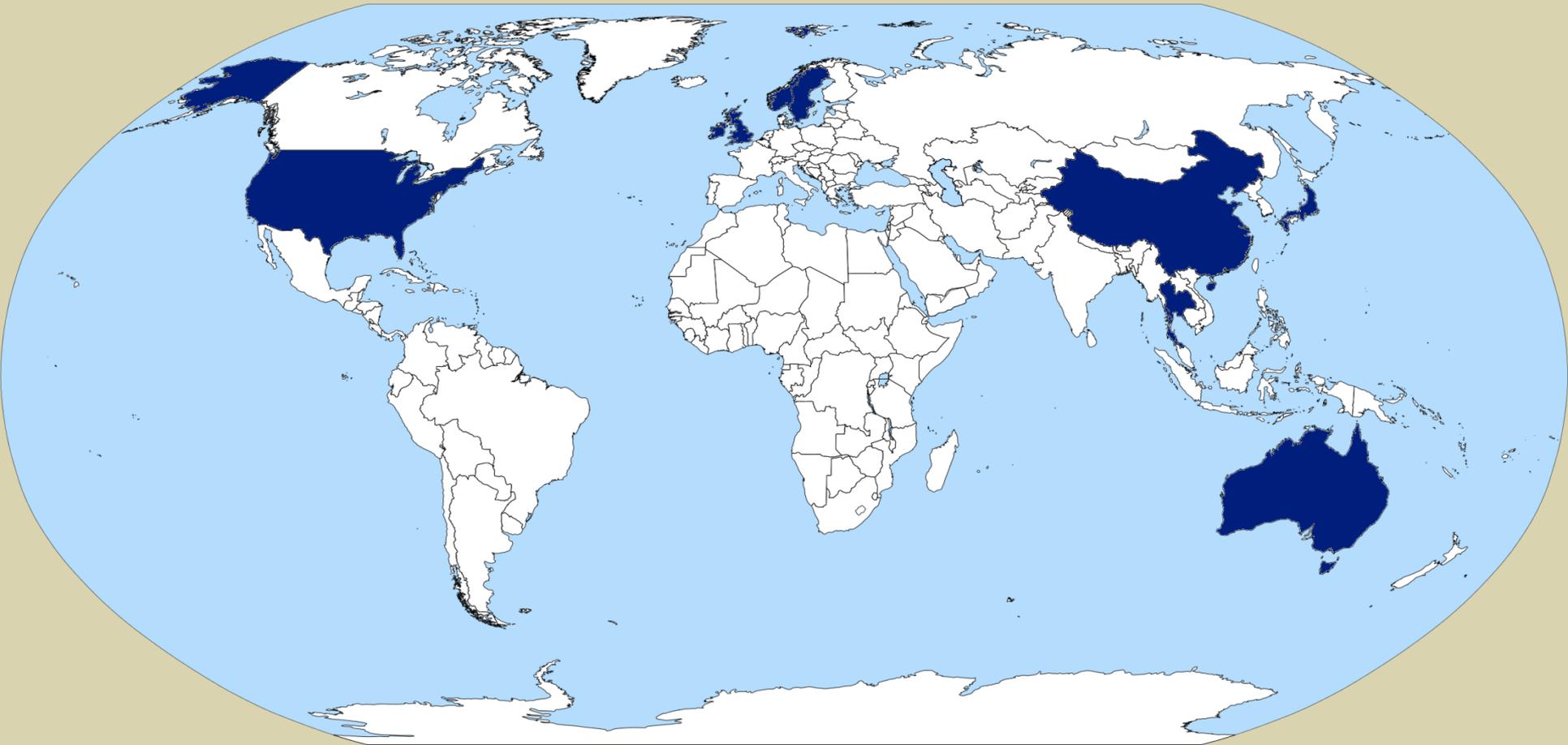
Tabela de Análise

- Foi criada uma tabela de análise para reduzir a escala de países relevantes.
- Os fatores presentes nesta tabela dividiram-se em cinco grupos principais:
 - Fatores Demográficos;
 - Fatores de Mercado dos Frutos Secos;
 - Fatores Económicos e Financeiros;
 - Fatores Sociopolíticos;
 - Fatores de Proximidade.



Identificação de Mercados-Chave

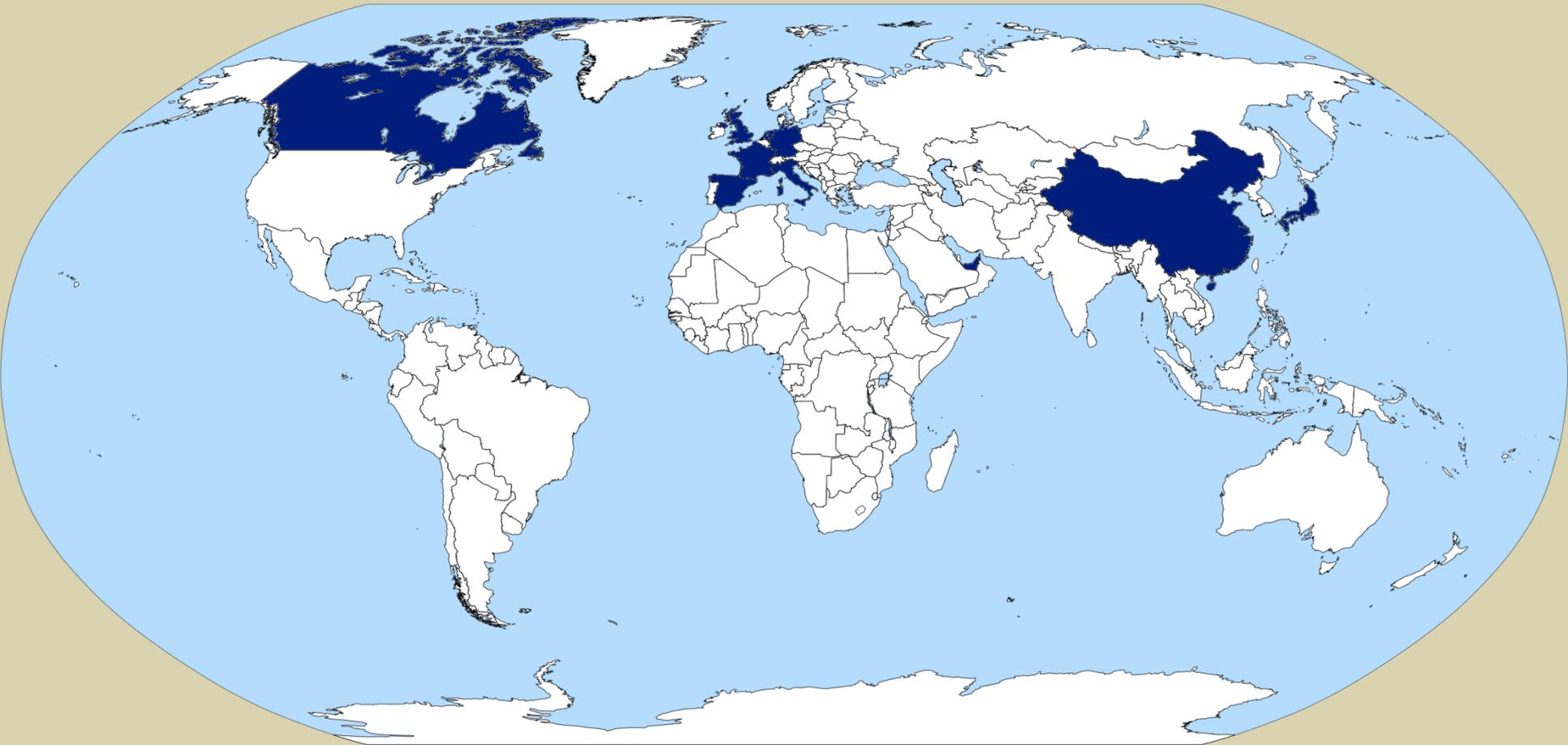
Segmento Alfarroba



Japão; China; EUA; Noruega; Reino Unido; Tailândia; Irlanda; Austrália; Suíça; Luxemburgo.

Identificação de Mercados-Chave

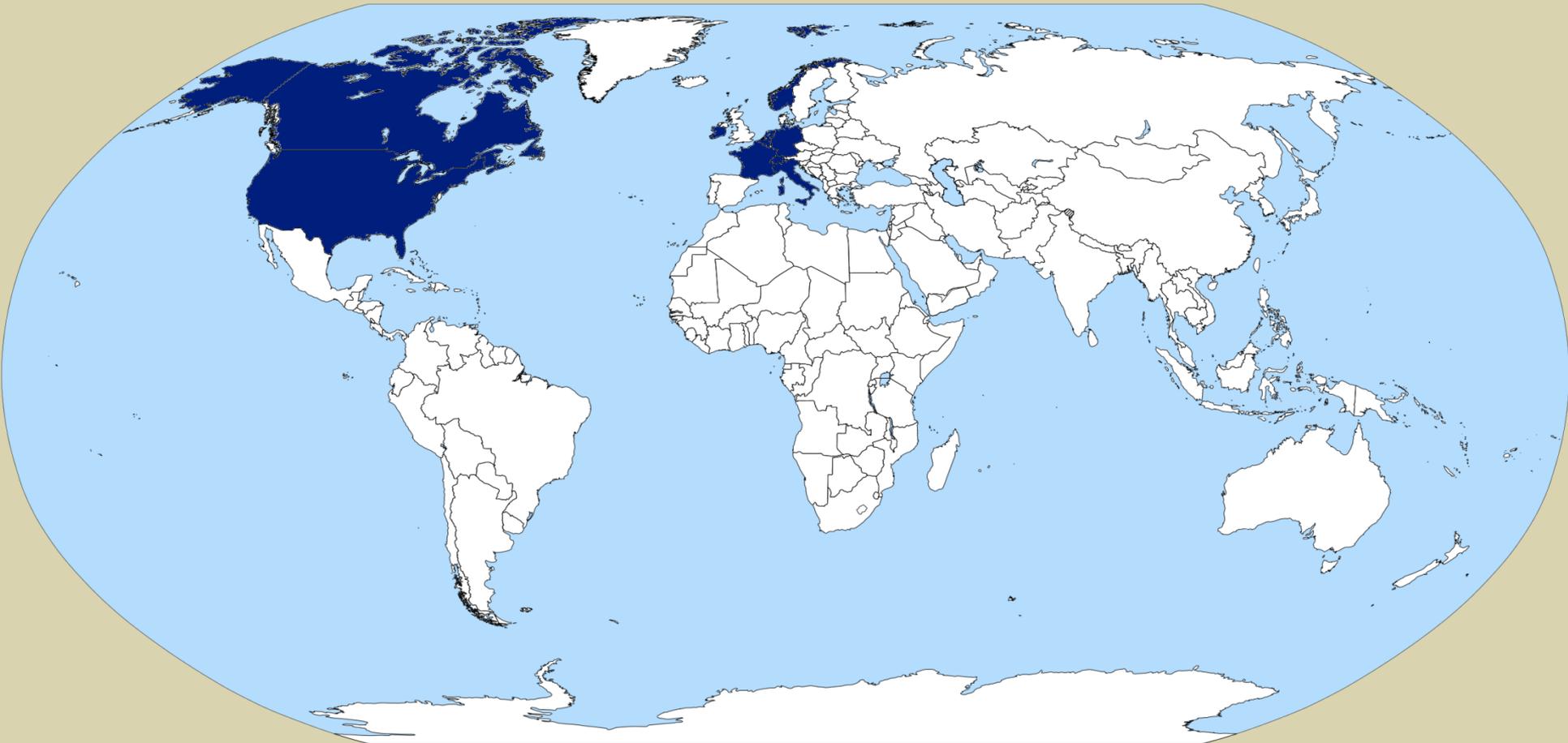
Segmento Amêndoa



Alemanha; Espanha; França; Itália; EAU; Reino Unido; Canadá; Holanda; China (Hong Kong); Japão.

Identificação de Mercados-Chave

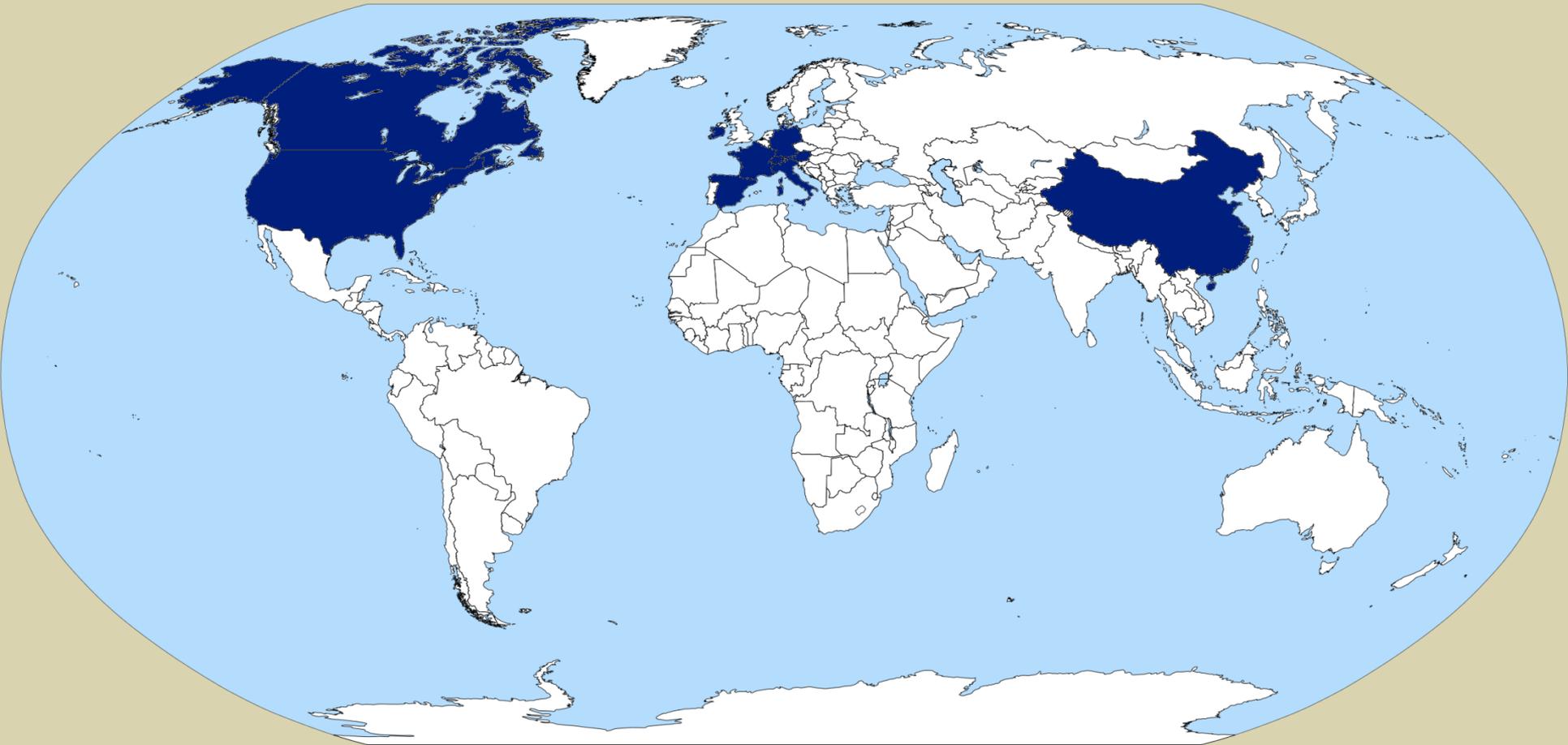
Segmento Avelã



Alemanha; Itália; França; Suíça; Canadá; Bélgica; Irlanda; EUA; Noruega; Holanda.

Identificação de Mercados-Chave

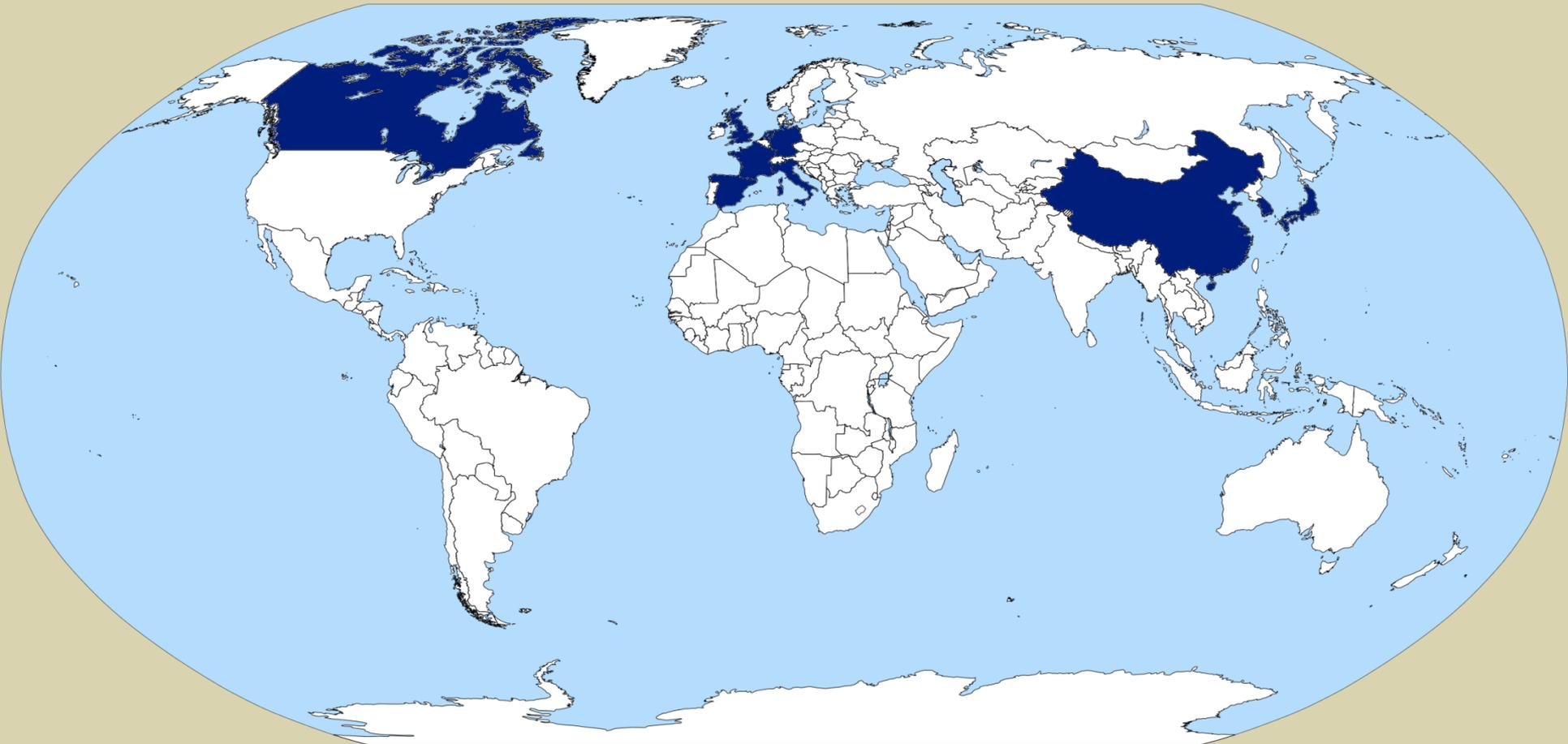
Segmento Castanha



Itália; Suíça; Alemanha; EUA; França; China; Espanha; Áustria; Canadá; Irlanda.

Identificação de Mercados-Chave

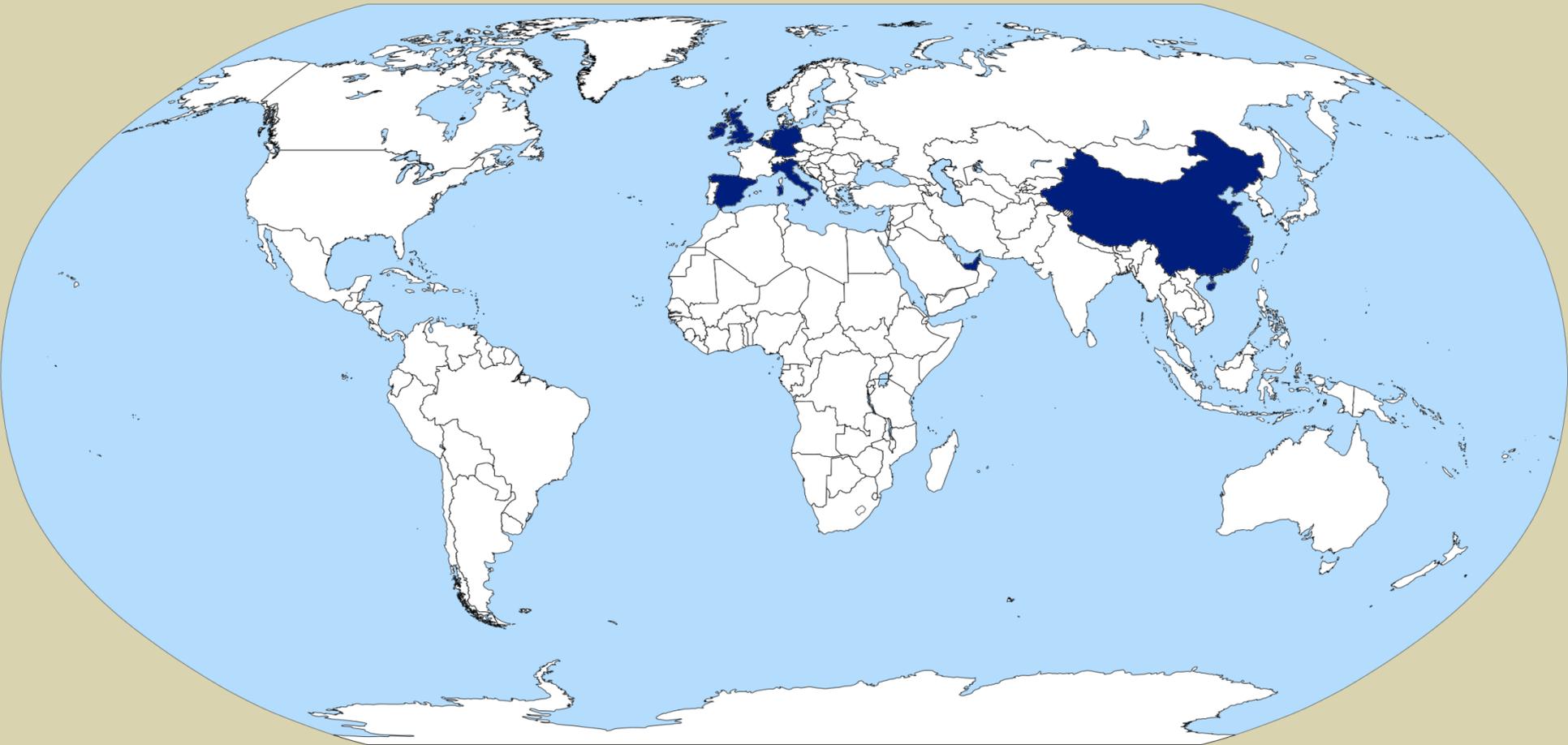
Segmento Noz



Alemanha; Japão; Coreia do Sul; Espanha; China (Hong Kong); Reino Unido; Canadá; Holanda; França; Itália.

Identificação de Mercados-Chave

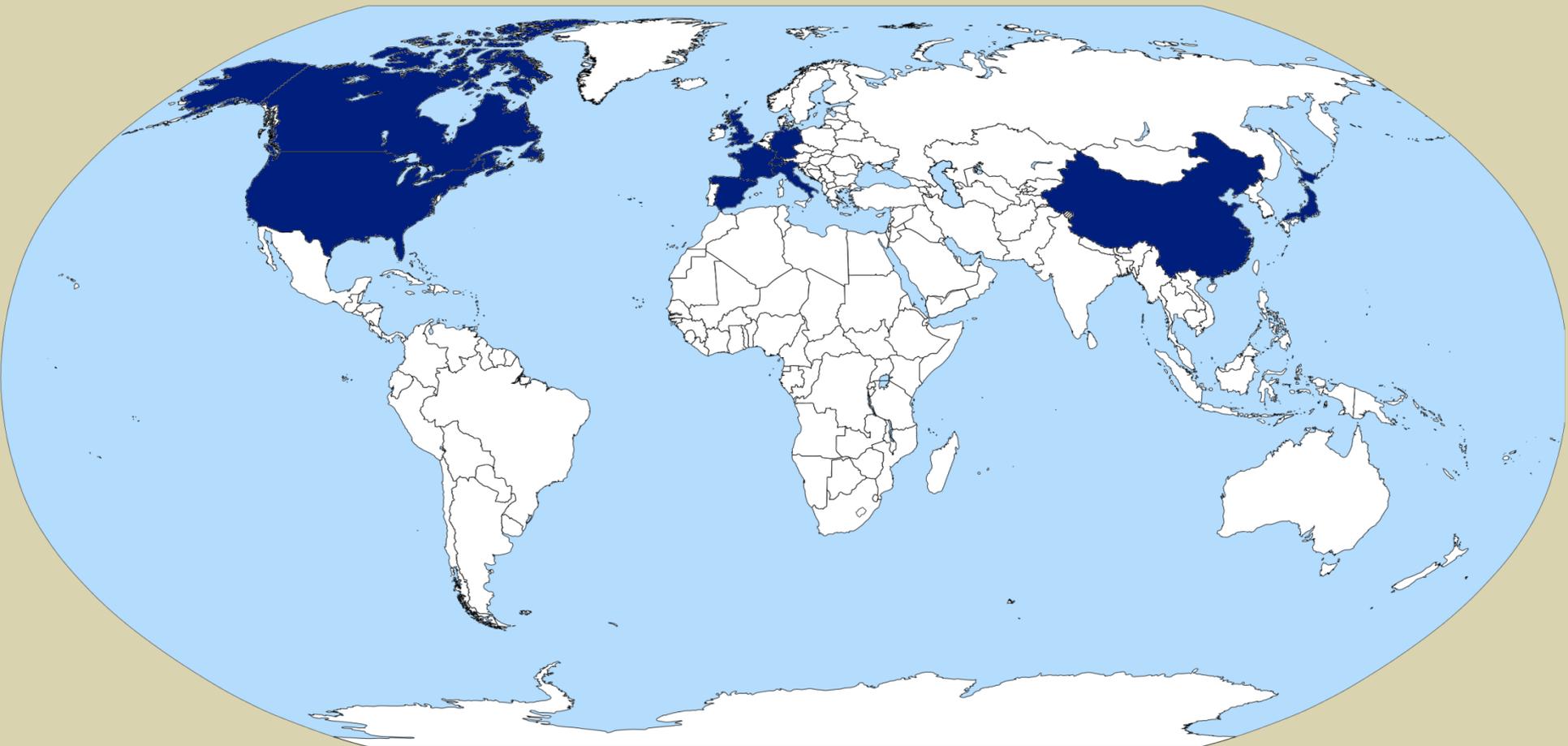
Segmento Pistácio



China (Hong Kong); Luxemburgo; Alemanha; Espanha; China; Bélgica; Itália; Reino Unido; Irlanda; EAU.

Identificação de Mercados-Chave

Escala de 10 Países Mais Relevantes



Alemanha; Itália; Japão; Espanha; França; EUA; China; Reino Unido; Canadá; Suíça.

Análise Mercado por Produtos

Produtos Tradicionais



- Os segmentos com maior representação são o da castanha e o da amêndoa.
- Os países estudados que se destacam nestes produtos são Itália e França.
- As oportunidades neste segmento de produtos passam pela:
 - Sazonalidade (outono/inverno);
 - Alturas festivas – Natal, Páscoa, entre outras.

Análise Mercado por Produtos

Produtos Emergentes



→ A castanha, a amêndoa e a alfarroba são aqueles que possuem maior presença de produtos emergentes em Portugal. Internacionalmente são a alfarroba e o pistácio.

→ As áreas dos produtos que se encontram com maior desenvolvimento são:

→ Bebidas – Bebidas alcoólicas;

→ Energia - Combustível;

→ Cosméticos.

Análise Mercado por Produtos

Produtos Frescos



→ A tendência dos mercados é o aumento do consumo, através de:

→ Snacks;

→ Imigração.

→ A tendência negativa passa pela capacidade dos preços altos impedirem o aumento do consumo em grande escala.

Análise Mercado por Produtos

Produtos Transformados



Alfarroba → Distingue-se pelas suas formas de transformação.

Amêndoa → Possui uma indústria de transformação bastante desenvolvida.

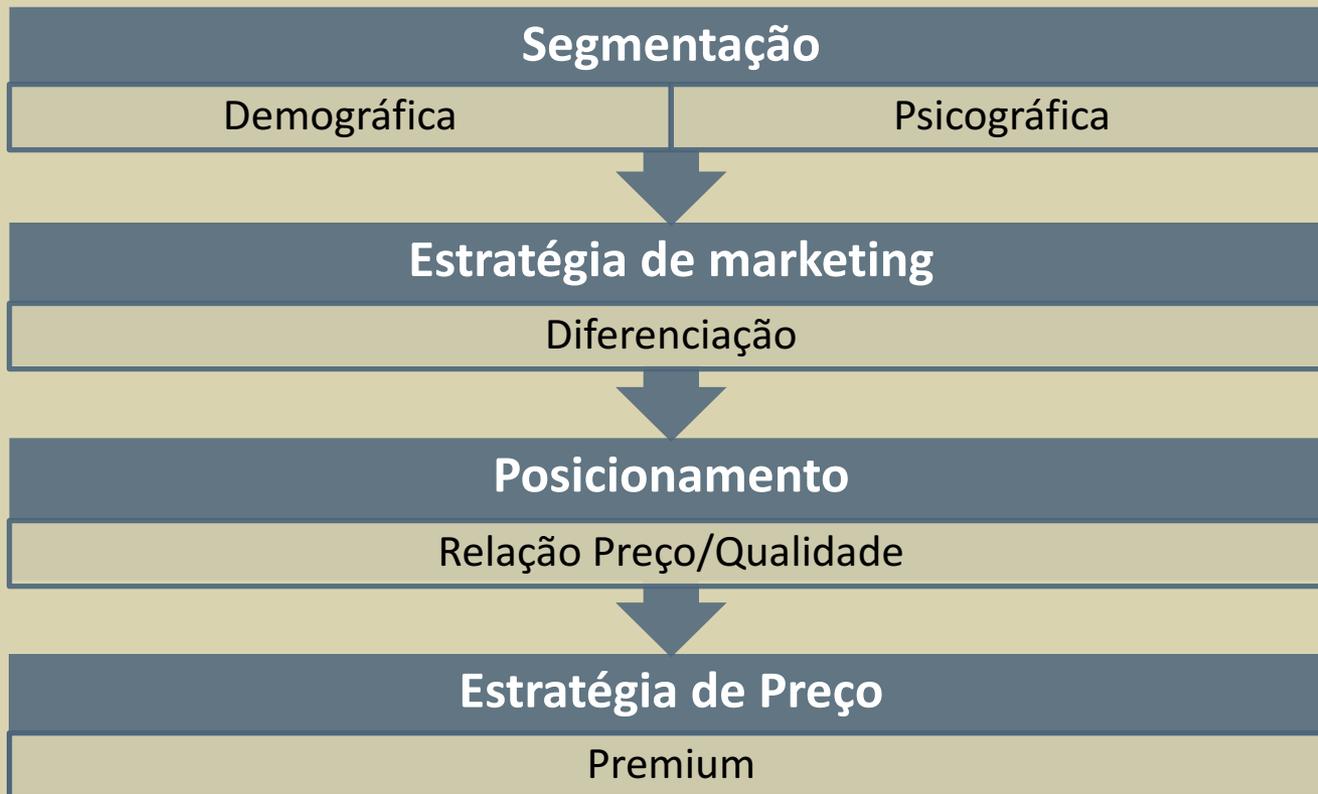
Avelã → Transformada em grande escala para adicionar sabor a outros produtos.

Castanha → Mais de metade da produção europeia é direcionada à transformação.

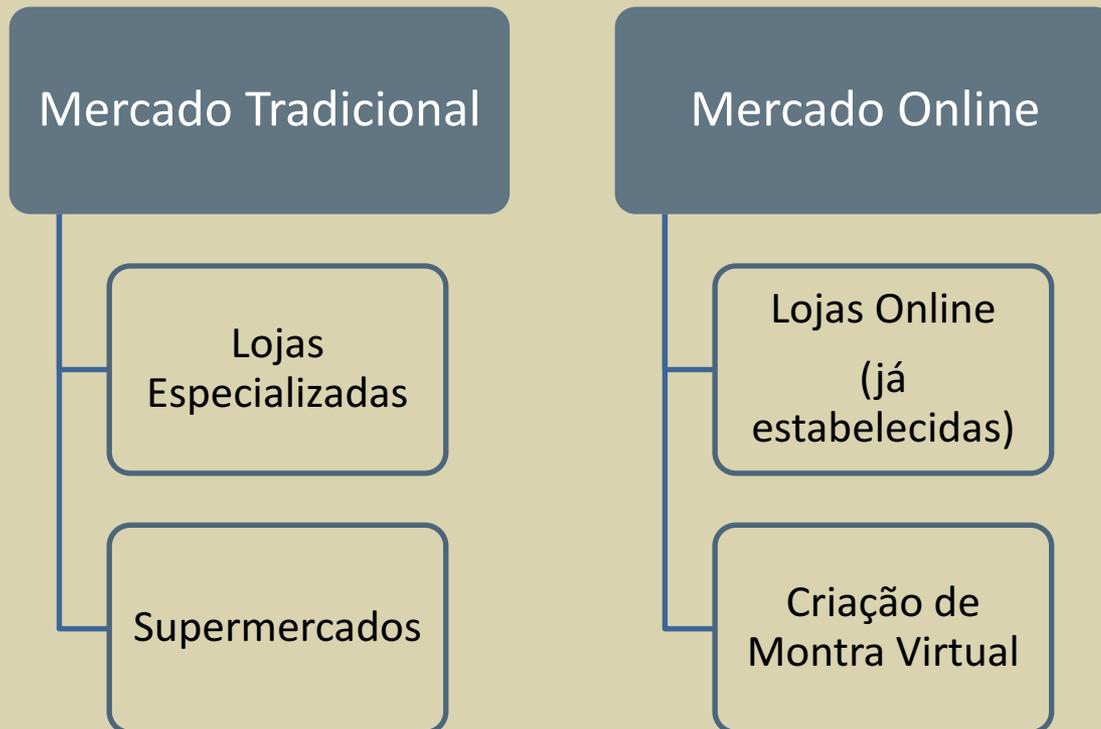
Noz → Bastante transformado para inclusão em produtos gourmet.

Pistácio → A sua versatilidade oferece grande integração nesta indústria.

Posicionamento e Estratégia



Canais de Distribuição



Feiras Internacionais

Anuga → Alemanha;

Sial → Paris;

Fruit Logistica → Alemanha;

Alimentaria → Barcelona;

Biofach → Alemanha;

Gulfood → Emirados Árabes Unidos;

Tuttofood → Itália;

Fruit Attraction → Espanha;

IFE → Reino Unido;

Fruit Logistica Asia → China.



Confederações e Associações Sectoriais Internacionais



À data do estudo os organismos mais atrativos no mercado internacional eram:

- INC - International Nut and Dried Fruit Council Foundation;
- FRUCOM;
- PROFEL - European Association of Fruit and Vegetable Processors;
- Mondial Carob Group;
- European Chestnut.

Oportunidades



Produtos Orgânicos/Biológicos → Alemanha, Bélgica, EUA e França.

Certificados de Qualidade/Origem; Comércio Justo; Preservação

Ambiental e Animal → Alemanha, Austrália, França e EUA.

Vegetarianismo → Canada, EUA e Reino Unido.

Indústria dos Snacks → União Europeia, Canada e Japão.

Marcas de Luxo e Produtos Premium → Austrália e o Japão.

Conclusão



De forma geral o setor dos frutos secos está em crescimento. Em comparação, os setores analisados estão em fases de desenvolvimento diferentes.

Este é um mercado extenso e repleto de oportunidades – que se bem estudadas podem trazer um bom retorno de investimento.