



UM MERCADO QUE VOCÊ DEVERIA ESTAR DE OLHO

AZEITE DE OLIVA



A INEX é apaixonada por mercados efervescentes, vivos, criativos e dispostos a tentar algo novo. São esses mercados que nos inspiram diariamente a buscar inovação e novos conhecimentos.

E o mercado brasileiro de AZEITE DE OLIVA é exatamente assim. Formado por um grupo de pessoas audazes que ousaram pensar que poderiam competir em um dos mercados mais antigos do mundo, frente a frente com concorrentes que produzem o azeite a literalmente milênios.

O Brasil é Davi desafiando vários Golias - Grécia, Itália, França, Portugal e Espanha cultivam oliveiras desde antes do descobrimento de nosso país. Para encarar essa batalha será preciso muita vontade e determinação, mas também muita criatividade, empreendedorismo, inovação, inteligência de mercado e estratégia.

Neste dossiê compilado pela INEX, apresentam-se informações a respeito do mundo do azeite - sua produção, seu consumo, as últimas inovações e algumas inspirações de além-mar - para apoiar os que decidiram embarcar nesse empenho que é produzir azeite de oliva no Brasil.



CONTEÚDO

MERCADO BRASILEIRO

pg. 3

MERCADO INTERNACIONAL

pg. 13

- + A rede do azeite, pg. 6
- + Case Filippo Berio, pg. 9
- + Inspirações de design, pg. 11
- + Mundo do azeite em 2016, pg. 15
- + Butiques de azeite, pg. 18
- + Azeite e saúde, pg. 19
- + Referências, pg. 20
- + Sobre a INEX, pg. 21



MERCADO BRASILEIRO

MERCADO BRASILEIRO



A primeira vista apostar em azeite de oliva no Brasil não parece uma idéia muito tentadora. O mercado brasileiro tem um consumo per capita baixíssimo, mais de 60 vezes menor que o famoso mercado grego, e o consumidor está acostumado a comprar o produto importado da Espanha e de Portugal, fornecedores tradicionais, com preços bastante convidativos.

Mas nem tudo é o que parece ser. O baixo consumo do azeite pelos brasileiros não deve ser visto como barreira, mas sim como oportunidade. A cada ano que passa prova-se novamente os benefícios para a saúde do azeite de oliva, e com a tendência de alimentação saudável abre-se uma porta para apresentar aos consumidores um azeite de boa qualidade, com boas propriedades salutaras e de produção local - outra tendência mundial.

Além disso, os produtos do velho mundo passam por crises profundas em sua essência. A produção mundial de azeite caiu 17% em 2016, e os preços subiram para contrabalancear a tendência. Essa elevação dos preços afetou muito a oferta no Brasil, pois o país é o 2º maior importador do mundo.

Percebendo essas oportunidades de mercado e juntando com estudos e práticas que demonstraram diversas regiões do país propícias para o cultivo de oliveiras, produtores nacionais agora buscam posicionar seus azeites como produtos de alta qualidade. Para isso, empenha-se muito esforço e muito estudo, levam-se os azeites brasileiros a competições internacionais e apresenta-se para o público novas marcas cheias de inovação e empreendedorismo.

A produção brasileira é baixa, mas está crescendo e se organizando.

PROGRAME-SE PARA 2017:

* *8ª Expo Azeite* - julho, no Palácio de Exposições do Anhembi, São Paulo/SP

* Abertura Oficial da Colheita de Oliveira - março, organizada pela Pró-Oliva, no RS

* Curso de Sommelier em Azeite de Olive - junho, em Montevidéu pela Universidad de La Republica

EVENTOS QUE OCORRERAM EM 2016:

* Salão do Azeite - realizado dentro da feira Envase | Brasil em Bento Gonçalves

* 2º Encontro Estadual de Olivicultura e 2ª Reunião Técnica Nacional de Olivicultura - palestras a produtores realizada na sede da EMBRAPA, em Pelotas

* as primeiras oliveiras do Brasil são da década de 40, mas esses cultivos não tiveram grande sucesso

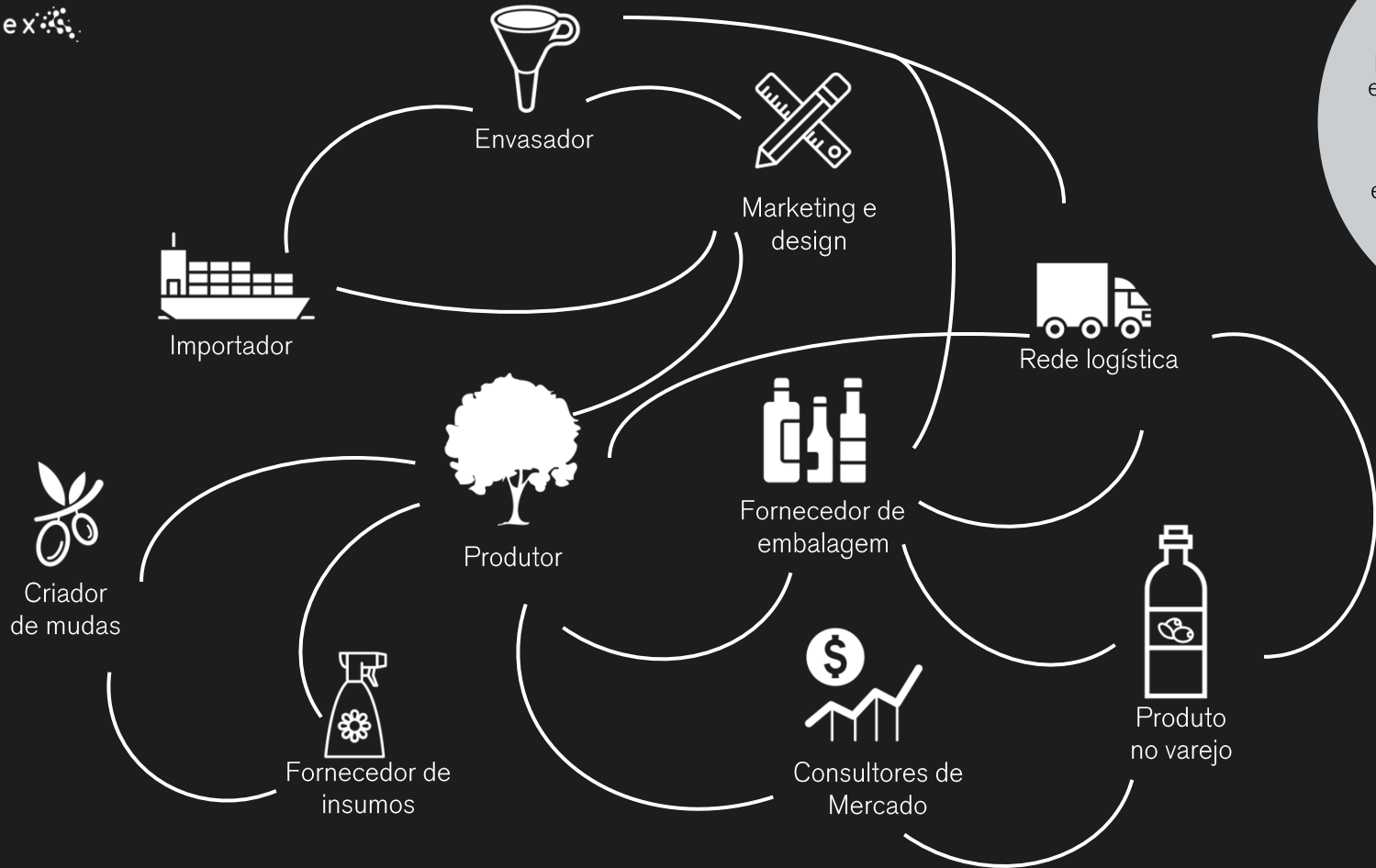
* foi só depois de 2000 que alguns agricultores do RS resolveram investir nessa indústria

* em 2016, estima-se que existam aproximadamente **150 produtores** brasileiros, principalmente gaúchos, trabalhando com oliveiras

* **2/3 dos pomares** plantados ainda não estão dando frutos pois são muito jovens

* o Brasil **produz menos de 1%** do azeite consumido internamente

* foi em 2008 que começou um processo de organização setorial no RS dos produtores de oliveiras com apoio do governo estadual, que culmina no projeto Pró-Oliva e na **lei de 2016** que **diminui a tributação** do azeite produzido no estado.



Tem muita gente envolvida para que cada vidro de azeite e azeitona chegue às mãos do consumidor final.

Todas essas pessoas e empresas envolvidas crescem quando o mercado do azeite cresce.

A REDE DO AZEITE



As técnicas de produção tradicionais não são diretamente aplicáveis aqui, testam-se novos métodos que se adaptem a nosso clima e solo.

* por ainda ser um cultivo muito recente no país, muito ainda está sendo aprendido. As práticas tradicionais europeias não se aplicam na região graças a peculiaridades do solo e do clima, e o momento é de estudo, tentativa e erro para descobrir o que melhor se adapta à produção brasileira.

* azeitonas de mesa agora são um novo desafio para os produtores brasileiros. Os primeiros passos já foram dados para a definição das melhores variedades para conserva.

* o gosto brasileiro pelas azeitonas de mesa se concentra principalmente na variedade verde Arauco (representa quase 90% do mercado). Outras variedades encontradas são a azeitona verde Gordal, a azeitona preta Portuguesa e a azeitona roxa Azapa.

* quase que a totalidade das azeitonas em conversa a venda no Brasil são importadas do Chile e da Argentina.

A quantidade de variedades de olivas que existem é um assunto polêmico. Há quem diga que existem 250 variedades apenas na Espanha.

O *Catálogo Mundial de Variedades de Olivas* reconhece

139

variedades no mundo

No Brasil, ainda são poucas variedades de olivas produzidas com sucesso. Entre elas encontramos:

- *Koroneiki (grega)
- *Arbequina, Manzanilla, Arbosana e Picual (espanholas)
- *Frantoio (italiana)

A organização World's Best Olive Oils lançou a plataforma *Pairing* para ajudar a harmonizar azeites com refeições

VOCÊ SABIA?

A primeira variedade de oliva brasileira já existe, foi criada pela Epamig e se chama Maria da Fé em homenagem a cidade mineira onde foi desenvolvida.

Consumo brasileiro é pequeno dentro de um mercado enorme, e está crescendo.

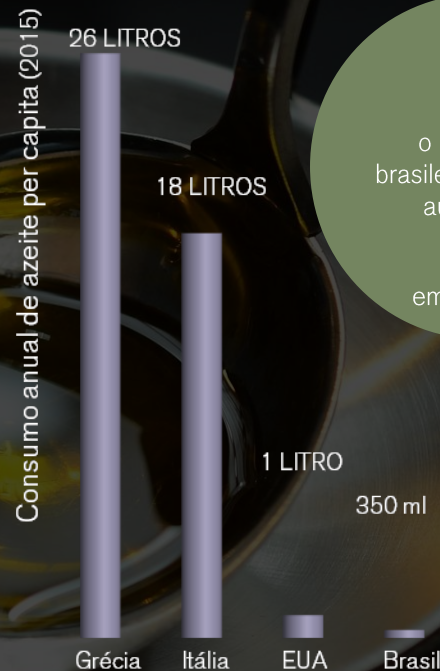
* o consumo per capita de azeite no Brasil é extremamente baixo

* ainda assim, o país é o 2º maior importador de azeite do mundo, atrás apenas dos EUA

* como quase que a totalidade do azeite consumido no país é importado, nosso mercado é extremamente suscetível a flutuações cambiais e problemas na safra europeia

* em 2015, a expansão do consumo do azeite foi pequena graças à crise interna e ao aumento de preço internacional

* um movimento importante no mercado esse ano foi o fato que a **Sovena** (dona da marca Andorinha, 2ª azeite mais vendido no Brasil) **assumiu controle próprio de sua distribuição** no país e pretende lançar novas marcas de azeite e azeitonas no Brasil



o consumo brasileiro de azeite aumentou

5 x

em 15 anos

o preço médio do azeite importado cresceu **45%** nos últimos 2 anos

importação teve queda de **20%** em 2016





FILIPPO BERIO E O BOLO DE AZEITE

O ano era 1989, e o mercado norte americano de azeite de oliva era bastante limitado graças ao fato de que os consumidores americanos acharem que azeite tinha um gosto muito forte. A cultura popular dos EUA ditava que o azeite de oliva só podia ser usado em saladas, nunca para cozinhar.

Para superar essa percepção dos consumidores, a Filippo Berio criou o azeite de oliva 'extra light', com um gosto bastante delicado ao paladar que permitia usar o produto em receitas tradicionais norte americanas.

Para apresentar o produto ao mercado, a empresa distribuiu em supermercados pedaços de bolo de baunilha feitos com o azeite para provar que o bolo não ficava com gosto de azeitonas.

A ação deu tão certo que diversos outros concorrentes lançaram suas versões de 'extra light', e o "Filippo Berio pound cake" virou uma receita tradicional para quem quer fazer uma versão mais saudável no lugar do bolo com manteiga.

Até hoje, a Filippo Berio se posiciona como um azeite para cozinhar e em seu site se encontram dezenas de receitas doces e salgadas utilizando azeite de oliva.

POSICIONAMENTO

Produtores locais buscam posicionamento de alta qualidade

* o consumidor brasileiro é acostumado com um azeite de baixíssima qualidade, pelo tempo que leva para vir o produto da Europa (ele já chega oxidado) e pelo tipo de produto que chega no país com preço competitivo.

* isso abre espaço para novas marcas brasileiras se posicionarem com produtos de alta qualidade

* o mercado consumidor do Brasil é tão latente que já estão abrindo **butiques, físicas e virtuais, especializadas em azeites.**

* outra tendência do mercado para reforçar o posicionamento de produto de luxo é fazer **parcerias com formadores de opinião.**

* além disso, seguindo os passos da indústria de vinhos gaúcha, leva-se os azeites para **competições internacionais.**



Tendências de consumo que afetam o mercado do azeite no Brasil:

- + Alimentação saudável
- + Consumo consciente/local
- + Consumo de produtos premium



em *teste de qualidade* feito com 20 marcas de azeite,

8

foram reprovadas

4

por conter outro óleo vegetal e

4

por nem ao mesmo poder ser chamado de azeite

em 2015, o *Ministério da Agricultura proibiu* a venda de

11

marcas por irregularidades na qualidade



VOCÊ SABIA?

Em 2015, a Flos Olei (um dos mais prestigiados guias de azeites do mundo) incluiu 5 rótulos brasileiros em seu *ranking*.



Design por Izvorka Juric e Jelena Gvozdanovic



Design por Nastya Lukina e Максим Петров



Design por Thomas Kiourtsis e Gabriel Bozionelos



Design por Álvaro Martino

O design é uma ferramenta poderosa de posicionamento. Aqui, algumas inspirações bastante distintas entre si para demonstrar que a embalagem deve ser tão única quanto o produto



Design por [Lorianne Barclay](#)



Design por [Aspa Chroneou](#) e [Yiannis Kostavaras](#)



Design por [Ivan Venkov](#) e [outros](#)



Design por [Gaba Jordan](#)

inteligência,
estratégia
e ação

INEX

MERCADO INTERNACIONAL

O mundo do azeite de oliva vive um momento de inflexão. Produtos e consumidores estão em uma situação de incerteza e o mercado está pedindo mudança dos paradigmas tradicionais.

Essa situação é uma soma do aumento da demanda mundial por azeite com a queda acentuada da produção.

A demanda mundial cresce principalmente por dois fatores: o aumento do consumo de azeite pelos EUA graças às suas propriedades saudáveis e uma maior preocupação do público com sua alimentação; e o aumento de consumo da China, cuja população com crescente poder aquisitivo não tinha acesso ao produto anteriormente.

anteriormente.

No lado da oferta, a Europa passa por mudanças e crises internas profundas. A estagnação econômica da União Européia coloca em cheque o sonho do euro, os países com economias mais sensíveis entraram em profunda recessão e endividamento. E são justamente esses países que têm tradição na produção do azeite de oliva – Grécia, Itália, Espanha e Portugal.

Para dificultar ainda mais a situação, mudanças climáticas afetaram pesadamente a região de cultivo de oliveiras, deixando a produtividade das árvores extremamente baixa. Isso levou a colheita de olivas em 2015 ao menor patamar dos últimos 20 anos. E graças a crises políticas e econômicas internas, os países produtores pouco conseguem fazer para lutar contra essa situação.

Quem surge para mudar essa tendência de escassez de olivas e aumento de preços, são os mercados do novo mundo. Eles tentam a sorte no cultivo das oliveiras, tendo EUA e Austrália despontado como novas potências no mundo do azeite.





a exportação da **ESPAÑA** cresceu 53%, mesmo com sua produção tendo leve declínio

a **TURQUIA** está em crise de produção de olivas que baixou sua produtividade em 93,4% desde 2013

a produção da **CHINA** cresceu 75% em relação a última temporada

um ataque de moscas de fruta custou à **ITALIA** 49% de suas olivas

a produção **GREGA** caiu 17% graças a problemas climáticos e de pestes

departamento de agricultura da ONU apóia cooperativas no **MARROCOS** para incentivar produção em áreas carentes

o estado Rajastão da **INDIA** lançou o primeiro azeite produzido no país com a marca Raj Olive Oil

CHILE comemora a criação do selo de origem de Azapa, área no norte do Atacama onde nunca chove

1º Centro de Pesquisas do **BRASIL** no Tratamento de doenças com Azeite de Oliva começou a funcionar no RS

O QUE ACONTECEU NO MUNDO DO AZEITE EM 2016?

PRODUÇÃO EUROPEIA

Problemas econômicos e climáticos põem a produção europeia em declínio.

uma força-tarefa de estudo contra a bactéria *Xylella fastidiosa* com

29

instituições chamada de XF-ACTORS está sendo financiada pela UE

a produção europeia de azeite teve uma queda de

17%

em 2016

* Os últimos 2 anos foram de safras extremamente fracas na Europa, por motivos climáticos, de pragas e econômicos.

* A Espanha, maior produtor de azeite com 40% de participação no mercado mundial, teve em 2015 a menor safra dos últimos 20 anos e 2016 não foi muito melhor graças a temperaturas elevadas durante o verão. Como se o calor não fosse problema o suficiente, identificou-se a proliferação da bactéria patogênica *Xylella fastidiosa* nas oliveiras da ilha de Mallorca, colocando em risco todas as árvores do país.

* Outro país afetado por climas quentes e pragas é a Grécia, que viu sua produção cair em 17% em 2016. No caso grego, a mosca da fruta foi causadora de prejuízos aos produtores.

* A Itália sofreu em dobro com as pragas pois suas árvores foram atacadas por moscas da fruta e pela bactéria *Xylella fastidiosa*. Além da produção sofrer, a indicação do Departamento de Agricultura da União Europeia de cortar e queimar as árvores atingidas pela bactéria foi recebida com muita resistência pelos produtores italianos pois nas áreas a serem destruídas existiam árvores com mais de 500 anos.

* Os países europeus produtores de azeite - Espanha, Portugal, Grécia e Itália - são os países de economias mais frágeis na União Europeia e estão em crises econômicas profundas que limitam os investimentos que seus governos podem fazer na recuperação de problemas na agricultura.

VOCÊ SABIA?

Em 2016, o Conselho Internacional de Olivas (IOC) decretou 26 de novembro como o Dia Internacional da Oliveira.

PRODUÇÃO NOVOS MERCADOS

* nos EUA, a Califórnia desponta como o pólo de produção de azeite. Em 2016, o estado foi responsável por 5,8% do azeite consumido no país - um belo crescimento dos menos de 2% no 3 anos anteriores. A associação de produtores da Califórnia recebeu US\$400 mil do governo estadual para desenvolver a indústria.

* América Latina: **Argentina e Uruguai fazem parte do Conselho Internacional da Oliva (IOC)**, e a Argentina é o maior produtor de olivas do continente. O Chile está em processo de crescimento de sua produção, que **multiplicou-se 9 vezes** nos últimos 10 anos. O Peru também organiza um esforço institucional no desenvolvimento de sua produção.

* a África do Sul ainda que não tenha produção de exportação em grande quantidade, chama atenção do mercado internacional pelos prêmios alcançados na *New York International Olive Oil Competition* e na Flos Olei.

* outro país que se destacou em campeonatos internacionais foi a Austrália, mas agora vê sua produção ameaçada por besouros.

* a **China desenvolve sua produção a passos largos** (75% de crescimento em relação a última safra) em busca de ser um pouco menos dependente da exportação europeia, mas ainda o azeite de oliva chinês corresponde a apenas 12% do consumo interno.

Com variados graus de sucesso várias áreas do mundo iniciam suas produções de azeite, mas ainda são pouco expressivas no mercado internacional.

Na edição de 2016, a Austrália saiu como grande campeã levando 4 medalhas e 5 menções.

Em seguida tivemos o Chile com 3 medalhas e 5 menções.

Uruguai, Argentina e África do Sul também foram homenageados

A Sol d'Oro é uma das mais importantes competições de azeite no mundo, e desde 2014 celebra anualmente em setembro a

Sol d'Oro Southern Hemisphere Competition

onde julga os azeites produzidos no hemisfério Sul



Almazara

Loja virtual do Paraná tem em seu catálogo mais de 70 rótulos de azeite. Apresenta seus produtos por faixa de preço, origem, harmonização e tipo (blend, condimentado, DOP, monovarietal e trufado)



Boutique em Gramado/RS oferece aproximadamente 250 rótulos diferentes de azeites provindos de 9 países. Também atende em loja online e oferece possibilidade de franquia para investidores.



Loja em São Paulo/SP e que vende online para todo país. Tem mais de 200 azeites em seu catálogo, incluindo 31 opções de produtos e kits brasileiros. Apresenta também um ranking com 20 de seus melhores rótulos.



Loja de Brasília/DF, também funciona como loja virtual. Apresenta seu catálogo dividido por acidez, por intensidade do paladar e por região.



AZEITE DE OLIVA E SAÚDE

O azeite de oliva apresenta em sua composição diversos componentes que ainda são estudados graças a suas propriedades de prevenção e ajuda no combate de problemas de saúde. Seguem alguns deles:

CÂNCER

O oleocanthal encontrado no azeite imita o efeito do Ibuprofeno em reduzir a inflamação, que pode diminuir o risco de câncer de mama e o seu retorno. O Esqualeno e a Lignina estão entre os outros componentes de azeite de oliva sendo estudados para os seus possíveis efeitos sobre câncer.

CORAÇÃO

O azeite reduz os níveis de colesterol total do sangue, do LDL e dos triglicérides. Ao mesmo tempo, não altera os níveis do HDL (e pode até aumentá-lo), que protege e impede o acúmulo de gorduras nas artérias, estimulando assim a eliminação das lipoproteínas de baixa densidade.

DIABETES

Demonstrou-se que uma dieta rica em azeite é importante para diabéticos. Ele ajuda a diminuir as lipoproteínas de baixa densidade "ruins" enquanto melhora o controle do açúcar no sangue e aumenta a sensibilidade à insulina.

PELE

Óleo de azeite, e com base nesse princípio o azeite de oliva está sendo utilizado para o tratamento de acne cística severa para pessoas que demonstraram alergia a compostos químicos mais agressivos. Também pode ser usado no tratamento de pele extremamente seca.

OSTEOPOROSE

Estudos indicam que um alto consumo de azeite melhora a mineralização e a calcificação óssea. Ele ajuda na absorção de cálcio e por isso desempenha um papel importante na prevenção e tratamento da osteoporose.

ARTRITE

Embora ainda seja um estudo em desenvolvimento, já comprovou-se que as pessoas com dietas contendo altos níveis de azeite têm menos probabilidade de desenvolver artrite reumatóide.

REFERÊNCIAS

8ª Expo Azeite - <https://expoazeite.wordpress.com>

Behance - <https://www.behance.net/>

Caminhos da Zona Sul - <http://www.caminhosdazonasul.com/>

Canal Rural - <http://www.canalrural.com.br>

CNBC - <http://www.cNBC.com/>

CNN Money - <http://money.cnn.com/>

Datamark - <http://www.datamark.com.br/>

El País - <http://brasil.elpais.com>

Folha de São Paulo - <http://www1.folha.uol.com.br/>

Food Safety Brazil - <http://foodsafetybrazil.org/>

Forbes - <http://www.forbes.com.br/>

Jornal do Comércio - <http://jcrs.uol.com.br/>

Mais Você - <http://gshow.globo.com/programas/mais-voce/>

O Correio - <http://www.ocorreio.com.br>

Olibi - <http://www.olibi.com.br/>

Olive Oil Times - <https://www.oliveoiltimes.com/>

Pró-Oliva - <http://www.agricultura.rs.gov.br/pro-oliva>

The New York Times - <http://www.nytimes.com/>

TVE Repórter - <http://www.tve.com.br>

Zero Hora - <http://zh.clicrbs.com.br/>

SOBRE A



A INEX É UMA EMPRESA DE INTELIGÊNCIA, ESTRATÉGIA E AÇÃO.

AUXILIA GESTORES A LEVAREM SEUS NEGÓCIOS A OUTROS PATAMARES ATRAVÉS DE DEFINIÇÕES E IMPLEMENTAÇÕES NOS MAIS VARIADOS MERCADOS.

POSSUI EXPERTISE EM PLANEJAMENTO, MERCADO, GESTÃO, ESTRATÉGIA, MARKETING, EMPREENDEDORISMO, INOVAÇÃO, MARCAS E VENDAS.

ATUA A PARTIR DE TRÊS FRENTES DE TRABALHO:

PLANEJAMENTO

IMPLEMENTAÇÃO

EDUCAÇÃO

TEM COMO PROPÓSITO PROMOVER A (RE)EVOLUÇÃO DE EMPRESAS E IDEIAS ATRAVÉS DA CONEXÃO DAS MARCAS COM SEUS PÚBLICOS.

ACREDITA QUE SUSTENTABILIDADE É UMA EQUALIZAÇÃO ENTRE EVOLUÇÃO IMEDIATA E CONSTANTE COM UMA VISÃO DE LONGO PRAZO APURADA.

PARA ISTO, NÃO BASTA APENAS TER CONHECIMENTO E DOMÍNIO SOBRE SUA EMPRESA E IDEIA (AMBIENTE INTERNO), MAS TAMBÉM UMA AMPLA COMPREENSÃO DA DINÂMICA DE SEU MERCADO E DAS VARIÁVEIS QUE O COMPÕE (AMBIENTE EXTERNO).

DESTAS CERTEZAS E MANDAMENTOS ORIGINA-SE O NOME: INEX, UMA FUSÃO DE AMBIENTE INTERNO COM AMBIENTE EXTERNO.

PARA A INEX, UM NEGÓCIO PRÓSPERO É AQUELE QUE CUIDA DE ADJETIVOS, TENDO COMO ELEMENTO CENTRAL A BUSCA PELA CONQUISTA E MANUTENÇÃO DE RELEVÂNCIA POR PARTE DE NEGÓCIOS E MARCAS.

inteligência,
estratégia
e ação

INEX 

www.inexestrategia.com.br
conexao@inexestrategia.com.br
51 3331.0316

