

# AIJN

Associação Europeia de  
Sucos de Frutas



## 2015

Fruta líquida

**RELATÓRIO DE MERCADO**



# Índice

4	Introdução: Marjan Skotnicki-Hoogland, Presidente da AIJN
5	Consumo europeu de sucos de frutas
6	<i>Code of Practice</i> da AIJN
8	Campanha de Marketing de Sucos da AIJN
9	O Caminho de CSR do setor de Sucos de Frutas

## Perfis dos países

Áustria .....	10
Bélgica .....	10
Bulgária.....	15
Croácia.....	15
Chipre.....	15
República Tcheca.....	15
Dinamarca .....	15
Estônia .....	15
Finlândia .....	16
França .....	11
Alemanha.....	11
Grécia .....	16
Hungria .....	16
Itália.....	12
Irlanda .....	16
Letônia .....	16
Lituânia .....	16
Luxemburgo .....	17
Malta .....	17
Holanda.....	12
Noruega.....	17
Polônia .....	13
Portugal.....	17
Romênia.....	17
Eslováquia.....	17
Espanha .....	13
Suécia .....	14
Eslovênia.....	18
Suíça.....	18
Turquia .....	18
Reino Unido .....	14

18 Definições

19 Sobre a AIJN



© AIJN Associação Europeia de Sucos de Frutas 2015. Proibida a reprodução no todo ou em parte. Todos os textos, tabelas, gráficos e outros materiais contidos neste relatório, que são propriedade exclusiva da AIJN, não podem ser copiados, distribuídos, transferidos ou exibidos sem a autorização expressa por escrito da AIJN.  
Imagem da capa © shutterstock.com  
Produzido pela Progressive Media Group Plc  
Impresso pela S&G, utilizando papel de fontes sustentáveis

# Introdução da Presidente

Bem-vindo à edição de 2015 do Relatório de Mercado da Associação Europeia de Sucos de Frutas (AIJN). Nosso objetivo com o presente relatório é fornecer uma visão abrangente do nosso setor para legisladores europeus e nacionais, organizações não governamentais e *stakeholders*. Portanto, onde quer que vocês estejam no mundo, gostaria de dar as minhas calorosas boas-vindas.

Como Presidente recém-eleita da AIJN, gostaria de começar agradecendo a todas as associações nacionais pela confiança depositada em mim neste momento difícil e turbulento para o setor de sucos de frutas europeu.

Para aqueles de vocês que ainda não me conhecem, eu sou da Holanda e represento a FWS holandesa. Tive uma carreira internacional longa e bem-sucedida na Nestlé SA antes de assumir o cargo de Diretora Gerente da FrieslandCampina Riedel há dois anos. Tenho um mestrado em Administração de Empresas, sou casada e tenho 2 filhos.

Este ano tem sido muito movimentado e emocionante para a AIJN, principalmente em função de vários projetos importantes nos quais o nosso setor está envolvido e por causa da saída do nosso ex-presidente, Andrew Biles.

Andrew tem sido um elemento fundamental da AIJN há mais de 10 anos, e sua orientação e liderança em questões e projetos importantes foram cruciais para definir o caminho da AIJN. Por isso, gostaria de aproveitar esta oportunidade para agradecer a Andrew por todo o trabalho dedicado à associação do setor de sucos de frutas, e desejar-lhe muita sorte e sucesso em seus projetos futuros.

Temos sido muito ativos em termos dos grandes projetos nos quais estamos trabalhando, a Campanha de Marketing de Sucos da AIJN e a Plataforma de CSR de Sucos de Frutas. Mais informações sobre esses dois projetos são fornecidas ao longo do presente relatório. Além disso, gostaria de salientar que a AIJN está comemorando 25 anos do seu *Code of Practice* este ano. O *Code of Practice* da AIJN tem sido uma ferramenta fundamental para a AIJN e se tornou o guia de referência mundial para a autenticidade e qualidade dos sucos de frutas. Mais detalhes e uma entrevista com um dos especialistas de CoP da primeira hora podem ser encontrados nesta edição do Relatório de Mercado da AIJN.

O ano de 2015 também terá a AIJN coorganizando o terceiro *Juice Summit*, que agora está se tornando o evento anual e mundial do setor. Devido ao grande sucesso e críticas positivas do ano passado, decidimos realizá-lo na Antuérpia novamente. Juntamente com os seus parceiros, a IFU e SGF, a AIJN reunirá fornecedores, envasadores e clientes globais no que se tornou claramente a conferência “imperdível” para altos executivos de sucos de frutas em todo o mundo. Se ainda não o fizeram, certifiquem-se de reservar as datas de 7 e 8 de outubro em seus calendários, e estamos ansiosos em vê-los na Antuérpia. Visite o site [www.juicesummit.org](http://www.juicesummit.org) para se inscrever.

Finalmente, gostaria de agradecer a todos aqueles que dedicam seu tempo ao nosso Conselho e aos nossos Comitês. Somente fazendo parte de um deles você realmente valoriza a carga de trabalho e o tempo que eles demandam. Eu também gostaria de dirigir um agradecimento especial à equipe da Secretaria da AIJN, sem cuja ajuda e esforço não poderíamos funcionar com tamanho sucesso.

Tenham um ótimo verão, e espero recebê-los na Antuérpia no 2015 JUICE SUMMIT.

**Marjan Skotnicki-Hoogland,**  
Presidente da AIJN

“O *Code of Practice* da AIJN tem sido uma ferramenta fundamental para a AIJN e se tornou o guia de referência mundial para a autenticidade e qualidade dos sucos de frutas.”

# Total de sucos de frutas e néctares na UE

UE: Total de sucos de frutas e néctares						
Volume, milhões de litros*	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
<b>Total</b>	11.118	10.819	10.469	10.028	9.702	-3,3%
Marca própria	4.798	4.683	4.558	4.301	4.077	-5,2%
Marca tradicional	6.320	6.135	5.911	5.726	5.624	-1,8%
<b>Suco de frutas (100% de teor de suco)</b>						
<b>Total de sucos de frutas</b>	7.191	7.024	6.786	6.478	6.215	-4,1%
Marca própria	3.332	3.234	3.096	2.899	2.694	-7,1%
Marca tradicional	3.859	3.790	3.691	3.579	3.521	-1,6%
<b>Refrigerado</b>	1.323	1.360	1.403	1.407	1.393	-1,0%
<b>Temperatura ambiente</b>	5.868	5.665	5.383	5.071	4.822	-4,9%
<b>Reconstituído</b>	5.585	5.300	4.995	4.647	4.367	-6,0%
<i>not from concentrate</i>	1.606	1.725	1.791	1.830	1.848	1,0%
<b>Néctares (25–99% de teor de suco)</b>						
<b>Total de néctares</b>	3.927	3.794	3.683	3.550	3.486	-1,8%
Marca própria	1.466	1.449	1.463	1.402	1.383	-1,4%
Marca tradicional	2.461	2.345	2.220	2.148	2.103	-2,1%

## Maior mercado de sucos de frutas e néctares da UE por volume de consumo, 2014

Região	Milhões de litros
Alemanha	2.405
França	1.551
Reino Unido	1.192
Espanha	968
Polónia	699
Outros	2.887
<b>Total</b>	<b>9.702</b>

## Maiores mercados de sucos de frutas e néctares por volume de consumo por região, 2014

Região	Milhões de litros
América do Norte	9.480
Europa Ocidental	8.793
Ásia-Pacífico	8.330
Leste Europeu	4.794
América Latina	3.631
África e Oriente Médio	3.625
<b>Total</b>	<b>38.653</b>
UE 28	9.702

## Maior mercado de sucos de frutas e néctares da UE por consumo per capita, 2014

País	População (milhões)	Litros por pessoa
Malta	0,4	33,6
Alemanha	81,0	29,7
Holanda	16,8	26,8
Finlândia	5,4	25,3
Chipre	1,2	24,3

## Maiores mercados de sucos de frutas e néctares por consumo per capita por região, 2014

País	População (milhões)	Litros por pessoa
América do Norte	354,3	26,8
Europa Ocidental	416,8	21,1
UE 28	507,5	19,1
Leste Europeu	397,7	12,1
América Latina	617,4	5,9
África e Oriente Médio	1.362,6	2,7
Ásia-Pacífico	4.041,1	2,1

# 25 Anos do Code of Practice da AIJN

A primeira versão da Diretiva Europeia sobre Sucos de Frutas 75/726/CEE, que entrou em vigor em 1975, estabeleceu alguns dos requisitos que sucos de frutas e produtos similares tinham de cumprir. O artigo 13 desta Diretiva estabelecia que as “*características analíticas e microbiológicas dos produtos definidos*” tinham de ser determinadas pelo Conselho Europeu em uma proposta da Comissão, mas isso nunca foi feito.

Em uma alteração posterior da Diretiva sobre Sucos de Frutas, a disposição no Artigo 13 foi excluída e o Setor de Sucos de Frutas Europeu ficou com a tarefa de estabelecer os parâmetros analíticos, e outros requisitos, que os sucos de frutas produzidos e comercializados na União Europeia tinham de cumprir. No final da década de 1980, a AIJN assumiu o desafio de fornecer os parâmetros necessários para sucos de frutas processados industrialmente e um grupo de trabalho dentro do seu Comitê Técnico foi criado, que acabaria se tornando o Grupo de Especialistas do *Code of Practice* permanente.

Os especialistas designados começaram o seu trabalho determinando as características analíticas dos principais sabores, ou seja, maçã, toranja, laranja e uva, e decidiu que os documentos individuais que definem as características analíticas desses sucos seriam chamados de “Diretrizes de Referência”. Essas diretrizes foram aprovadas pela Assembleia Geral da AIJN em 3 de maio de 1990 em Bruges, que decidiu chamar esse conjunto de diretrizes de “*Code of Practice*” (CoP). Assim, nasceu oficialmente o CoP da AIJN.

Diversos fatores podem influenciar a composição das frutas, sejam eles fatores naturais, como a variedade da fruta, as propriedades do solo, o clima, ou fatores como as técnicas de extração e processamento utilizadas para fazer um suco. Apesar de todas as influências conhecidas, e às vezes desconhecidas, a experiência mostra que um grande número de parâmetros e valores estão sujeitos às leis estatísticas. Conseqüentemente, é possível definir, com algum grau de confiança, os valores e/ou intervalos mínimos e máximos para diversas características que são frequentemente encontradas em um suco de frutas típico. Portanto, as Diretrizes de Referência procuram consolidar esses valores e/ou intervalos mínimos e máximos que podem então ser usados para avaliar os sucos em relação à qualidade, autenticidade e identidade.

A partir das quatro Diretrizes de Referência iniciais, o *Code of Practice* evoluiu substancialmente, e atualmente é composto por 25 Diretrizes de Referência individuais para diferentes sucos de frutas. As diretrizes são divididas em duas partes. A primeira parte engloba os critérios A, que são parâmetros e valores que caracterizam os requisitos básicos de qualidade que o setor considera como sendo obrigatórios para todos os sucos de frutas comercializados na UE. Esses parâmetros incluem graus Brix, requisitos de higiene (ácidos voláteis, etanol, patulina, etc.), contaminantes ambientais e substâncias de composição como o ácido L-ascórbico, óleo volátil, entre outros. Os critérios B são parâmetros relacionados com a identidade e autenticidade do suco em questão.

Mas o *Code of Practice* da AIJN não abrange somente as Diretrizes de Referência para sucos de frutas individuais. Muito mais foi feito nos últimos 25 anos. O *Code of Practice* contém diversos documentos orientativos que respondem às necessidades de um setor em evolução. Os exemplos incluem: o ‘Guia de boas práticas de higiene no setor de sucos’, que oferece orientação aos operadores do setor de alimentos para permitir-lhes cumprir os regulamentos europeus de higiene e produzir e comercializar produtos de suco de frutas e verduras seguros; a ‘*Diretriz de melhores práticas em Alicyclobacillus*’, que identifica práticas e medidas para a redução e controle de bactérias Alicyclobacillus em sucos de frutas, sucos concentrados, purês e néctares; as ‘*Diretrizes microbiológicas para produtos semiacabados de frutas e verduras*’, que abordam especificamente esses organismos capazes de se desenvolver em sucos de frutas e verduras, purês e concentrados que possuem um pH significativamente inferior a 4,3; a ‘*Diretriz para sucos de verduras e néctares*’, que oferece definições sobre diferentes produtos, tratamentos e ingredientes autorizados, bem como o teor mínimo de suco em néctares de verduras; o documento de orientação de ‘Valores nutricionais padrão para sucos de frutas’ que estabeleça as tabelas de nutrição para os sucos mais comuns (laranja, maçã, abacaxi, uva, toranja, tomate); bem como vários outros documentos orientativos.

Um destaque importante desses 25 anos de história do CoP foi a referência feita pela Comissão Europeia na revisão da Diretriz para Sucos de Frutas de 2009, que estabeleceu que: “O *Code of Practice* da AIJN estabelece fatores de qualidade para sucos de fruta provenientes de concentrados e é usado internacionalmente como um padrão de referência para a autorregulamentação no setor de sucos de frutas.”<sup>1</sup>

O desenvolvimento e melhoria contínua do *Code of Practice* da AIJN são resultado dos esforços e dedicação de um grupo altamente qualificado de profissionais internacionais que compõem o Grupo de Especialistas do *Code of Practice*. Eles têm forte especialização e conhecimentos em frutas processadas e vêm dos setores de processamento e envasamento, bem como de universidades, institutos técnicos, fornecedores de equipamentos de processamento, e laboratórios comerciais.

Até o momento, ainda nos baseamos no imenso conhecimento de alguns dos especialistas que ingressaram no grupo nas etapas iniciais. Isto, portanto, representa uma grande oportunidade para agradecer sinceramente a todos os especialistas que contribuíram para o *Code of Practice* da AIJN até agora. Sua experiência, profissionalismo e dedicação deixaram um legado permanente no setor de sucos de frutas.

<sup>1</sup> Diretiva 2009/106/CE da Comissão de 14 de agosto de 2009, que altera a Diretiva 2001/112/CE relativa a sucos de frutas e determinados produtos similares destinados ao consumo humano

# Conheça o especialista

**Dr. Karl Neuhauser**, Diretor de Qualidade e Sustentabilidade do **Eckes-Granini Group GmbH**

## Há tempo você é um especialista no grupo de CoP?

Meu início oficial foi como membro do chamado “grupo de especialistas em suco de abacaxi”, que iniciou o seu trabalho em 1992. Pouco antes, em 1990, quatro diretrizes de referência (laranja, toranja, maçã e uva) foram concluídas e publicadas. Os demais membros desse “grupo de especialistas em suco de abacaxi” eram Stefano Gherardi (Itália), Martin Greave (Holanda), B. Harris (Reino Unido) e George Mangeot (França).

Mas extra oficialmente - como um colega de trabalho de Alfred Wiesenberger, um dos pais fundadores do CoP - participei do trabalho do CoP desde o início (e meados de 1988).

## Quais eram as suas expectativas quando você se tornou um especialista do grupo? Essas expectativas se concretizaram?

Com a publicação das quatro primeiras frutas em 1990, a importância do CoP da AIJN já poderia ser enfatizada: um documento que representa a norma de comércio europeia. Minha expectativa era de que essa abordagem verdadeiramente europeia substituiria as abordagens nacionais ainda existentes (por exemplo, RSK na Alemanha, AFNOR na França ou normas similares na Holanda), e que um documento aceitável mundialmente pudesse ser criado. Ambas as expectativas se tornaram realidade. Grande apreço ao presidente do conselho de longa data do CoP-EG: Martin Greave.

## Comparando o trabalho que o grupo estava fazendo no

Estou convencido de que o CoP estabelece a base para a meta do nosso setor de se livrar da adulteração, concorrência desleal e publicidade negativa.

## momento em que você entrou com o que está sendo feito atualmente, quais você diria que foram as principais mudanças, se houver, ao longo dos anos?

Atualmente o trabalho do CoP é muito mais complexo e mais rápido. A manutenção das Diretrizes de Referência existentes e desenvolvimento das novas não são o único foco. Enquanto isso, o grupo está enfrentando todas as questões técnicas e analíticas que são relevantes para a qualidade e autenticidade ou que podem prejudicar o nosso setor (contaminantes, OGM, etc.). E, temos de considerar que os métodos analíticos melhoraram muito.

## Na sua opinião, quais foram as principais realizações do CoP da AIJN ao longo destes 25 anos?

O CoP da AIJN está cobrindo a maior parte do nosso setor e é aceito em praticamente todo o mundo. Trata-se de um documento atualizado e “vivo” com novos conhecimentos integrados. O CoP é o padrão de orientação (além da legislação) para o autocontrole industrial na EQCS (envasadores) e SGF-IRMA (matérias-primas).

## E quais são os principais desafios?

A clareza e transparência devem continuar sendo uma alta prioridade. A AIJN precisa prestar atenção e não permitir que ela apoie qualquer diluição da qualidade.

Se a Mãe Natureza gera parâmetros estranhos - o que realmente acontece - isso deve ser claramente indicado como algo sazonal e/ou uma exceção regional. Aqui, o CoP definiu procedimentos que devem ser mantidos.

## Você concorda que o CoP da AIJN contribuiu para um setor mais transparente, responsável e competitivo?

Estou convencido de que o CoP estabelece a base para a meta do nosso setor de se livrar da adulteração, concorrência desleal e publicidade negativa. Levando em conta o que aconteceu nos anos 80 e 90 e analisando as estatísticas do EQCS, podemos ver melhorias.

## Na sua opinião, qual é o futuro do CoP da AIJN?

Tenho certeza de que a AIJN está continuando o trabalho do CoP de uma maneira profissional, com especialistas altamente experientes e comprometidos. Ao fazer isso, o alto valor para o nosso setor continuará.

# Campanha de Marketing de Sucos da AIJN

Cada vez mais, os sucos vêm enfrentando ataques na mídia e isso está gerando um impacto nas vendas. Visando reequilibrar esses ataques, o setor solicitou à AIJN que desenvolvesse um programa de marketing pan-europeu para apoiar a indústria.

O principal objetivo da campanha de marketing é proteger e celebrar o suco de fruta 100% natural. Não há uma solução simples para resolver os problemas que estamos enfrentando, mas é crucial começarmos a apoiar proativamente os sucos de frutas e seus benefícios o mais rapidamente possível.

“Visando envolver os meios de comunicação e fornecer fatos críveis, precisamos da ajuda de cientistas e nutricionistas.”

Em última análise, o nosso objetivo é mudar as percepções e comportamentos dos consumidores para que eles reconheçam os benefícios de consumir sucos de fruta e incorporá-los em suas rotinas diárias. No entanto, antes de podermos nos envolver diretamente com esses consumidores, sabemos que temos de fazer com que os meios de comunicação estejam do nosso lado.

Os meios de comunicação atualmente estão apenas compartilhando um lado da história e, portanto, precisamos urgentemente reequilibrar as conversas e fornecer-lhes notícias positivas sobre os sucos proativamente. Nossa mensagem precisa ser corroborada com fatos críveis, que ajudarão os meios de comunicação a apresentar uma visão mais favorável dos sucos.

Visando envolver os meios de comunicação e fornecer fatos críveis, precisamos da ajuda de cientistas e nutricionistas - muitos dos quais já apoiam os sucos, mas que não foram equitativamente representados nos meios de comunicação até agora. Usar cientistas e nutricionistas independentes e renomados dará ao setor a credibilidade de que ele necessita para começar a falar com os meios de comunicação, que, então, envolverá os consumidores.

Nossa principal mensagem é que o suco de fruta 100% natural é fruta, em forma de suco. Ele contém nutrientes que podem contribuir para a sua saúde e bem-estar, e é uma maneira saborosa e conveniente de obter uma porção adicional de frutas como parte de um estilo de vida saudável. Além disso, o setor de sucos de frutas europeu está comprometido em manter altos padrões de qualidade e sustentabilidade e adotou práticas de produção sólidas para assegurar que os produtos de sucos sejam seguros para o consumo.

Para ajudar a entregar essa campanha, haverá materiais para corroborar a mensagem, incluindo um glossário, uma tabela nutricional para sucos de frutas 100% naturais, um conjunto de Perguntas mais Frequentes (FAQs)/Perguntas e Respostas (Q&A), que abordarão questões comuns sobre temas de sucos de frutas, e folhas informativas sobre temas específicos. Um site da campanha também está previsto, que conterá todos os materiais da caixa de ferramentas da campanha.

É importante lembrar que o setor está enfrentando muitos dos mesmos problemas em toda a Europa. Isso significa que devemos trabalhar juntos para enfrentar esse desafio. A AIJN irá munir cada associação nacional com ferramentas e recursos para realizar a campanha localmente, incluindo mensagens, materiais de marketing e material de apoio científico crível que pode ser usado como uma base para a ativação de cada país. Com esses materiais centrais, as associações locais serão munidas para ativar um plano que funciona em seus respectivos mercados.

O sucesso da campanha depende significativamente da participação ativa de cada associação nacional. Estamos cientes do fato de que algumas associações nacionais já estão realizando diversos trabalhos para promover os benefícios dos sucos de frutas. É por isso que queremos assegurar que todo o trabalho na Campanha de RP complementarará o trabalho já realizado pelas associações nacionais. É fundamental que as associações nacionais estejam envolvidas para se comprometer, apoiar, entregar e, a longo prazo, manter o programa.

“É importante lembrar que o setor está enfrentando muitos dos mesmos problemas em toda a Europa.”

De maneira geral, o objetivo dessa campanha é mudar o comportamento das pessoas em relação aos sucos de frutas. Queremos que os consumidores enxerguem o suco de fruta como uma parte fundamental de uma dieta saudável e realmente entendam os benefícios que ele oferece. Ao usar a ciência convincente que temos, esperamos acelerar uma cobertura positiva dos meios de comunicação e, em última análise, criar uma base positiva que permita o crescimento para todo o setor de sucos de frutas europeu.



# O Caminho de CSR do setor de Sucos de Frutas

Nos mercados competitivos atuais, os consumidores estão se tornando cada vez mais conscientes de como suas compras afetam as condições sociais, econômicas e ambientais de milhões de pessoas envolvidas na produção dos bens que eles adquirem, e isso inclui o setor de sucos de frutas.

Visto que as regras de fazer negócios estão mudando, as empresas enfrentam o aumento das expectativas de ONGs, meios de comunicação, governos e outros em assumir a responsabilidade pelo impacto de suas operações de negócios. Os produtores europeus de sucos de frutas reconheceram essa responsabilidade de maneira proativa. Há uma série de iniciativas da AIJN que demonstram esse comprometimento.

A principal delas é o desenvolvimento da Plataforma de CSR de Sucos de Frutas ([www.juicecsr.eu](http://www.juicecsr.eu)), inicialmente apoiado e co-financiado pela Comissão Europeia. Essa plataforma, que envolve diversas *stakeholders*, tem como objetivo promover:

- Um entendimento comum e um acordo sobre a CSR no setor de sucos de frutas, incluindo as áreas de colaboração e formas de acompanhar o progresso
- Maior desempenho em abordar as preocupações sociais, ambientais e econômicas, criando valor compartilhado por toda a cadeia de suprimentos
- Maior visibilidade da CSR e esforços de sustentabilidade no setor de sucos de frutas

Como um resultado concreto da sua primeira fase de operação, a Plataforma de CSR de Sucos de Fruta desenvolveu um Roteiro de CSR do Setor que fornece a estrutura sobre a qual a plataforma baseará todas as suas atividades e programas no futuro. Esse roteiro apresenta um conjunto de seis princípios de CSR, com base nos Princípios Empresariais para Alimentos e Agricultura (FABs) do Pacto Global da ONU, e constitui a base para a colaboração contínua em CSR estratégica no setor de sucos de frutas. Ele também fornece uma visão geral das ferramentas e iniciativas existentes que são relevantes para o setor de sucos de frutas e aplicáveis a ele, e pode ser usado (individualmente ou em colaboração) como instrumentos para

demonstrar o comprometimento com os princípios de CSR. O Roteiro é um documento vivo, que será atualizado regularmente, conforme exigido pelos novos acontecimentos e insights.

Além disso, a AIJN revisou e aprovou recentemente um novo Código de Conduta Empresarial que se baseia nos Seis Princípios de CSR do Setor de Sucos de Frutas do Roteiro de CSR do Setor e antigo Código de Conduta da SGF/IRMA.

## Princípios de CSR do Setor de Sucos de Frutas

Buscar a segurança alimentar, saúde e nutrição

Ser ambientalmente responsável - proteger e melhorar o meio ambiente

Assegurar a viabilidade econômica e compartilhar o valor

Respeitar os direitos humanos, criar condições de trabalho aceitáveis e ajudar as comunidades a prosperar

Incentivar a boa governança e prestação de contas

Promover o acesso e a transferência de conhecimentos, habilidades e tecnologia

Esse Código da AIJN baseia-se nos princípios gerais contidos na Carta Internacional dos Direitos Humanos, Convenções Fundamentais da OIT, Convenções e Diretrizes das Nações Unidas relevantes, Avaliação da Sustentabilidade de Fazendas da SAI e outras normas relevantes reconhecidas internacionalmente. Sua finalidade é assegurar que todos os participantes da cadeia de valor de sucos de frutas atuem de acordo com as normas mínimas reconhecidas internacionalmente sobre direitos humanos, trabalho e meio ambiente. O Código aplica-se a todas as empresas envolvidas na produção de sucos de frutas, dos produtores de matérias-primas aos produtores de bens de consumo.

Todas essas iniciativas vêm se juntar às legislações nacionais sobre condições de trabalho padrão existentes em cada país fornecedor e produtor, e que são reforçadas pelos acordos coletivos e práticas voluntárias adotados por empresas individuais. Elas buscam benefícios adicionais para os trabalhadores, suas famílias e a comunidade em geral. A AIJN apoia integralmente essas ações e está empenhada em trabalhar no sentido de obter uma maior transparência e comprometimento de todo o setor nesta área.

### JuiceCSR

Plataforma de CSR do Setor de Sucos de Frutas Roteiro do Setor

# Áustria

 População: **8,5 milhões**

Total de sucos de frutas e néctares						
Volume, milhões de litros*	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
<b>Total</b>	<b>242</b>	<b>233</b>	<b>229</b>	<b>213</b>	<b>197</b>	<b>-7,6%</b>

## Suco de frutas (100% de teor de suco)

Total de sucos de frutas						
	160	155	153	144	132	-8,4%
Marca tradicional	87	85	85	84	76	-10,1%
Marca própria	73	70	68	60	57	-6,1%
Temperatura ambiente	143	139	136	128	114	-11,6%
Marca tradicional	77	76	75	75	65	-12,9%
Marca própria	66	63	61	54	49	-9,8%
Reconstituído	140	136	133	126	111	-11,8%
Marca tradicional	74	73	72	72	62	-13,3%
Marca própria	66	63	61	54	49	-9,8%
Not from concentrate	3	3	3	3	3	-0,8%
Marca tradicional	3	3	3	3	3	-0,8%
Refrigerado	17	17	17	16	19	16,8%
Marca tradicional	10	9	10	9	11	11,5%
Marca própria	7	7	7	7	8	24,4%
Not from concentrate	17	17	17	16	19	16,8%
Marca tradicional	10	9	10	9	11	11,5%
Marca própria	7	7	7	7	8	24,4%
dos quais são smoothies	2	3	3	3	5	38,1%
Marca tradicional	2	3	3	3	3	-14,8%
Marca própria	0	0	0	0	2	0,0%

## Néctares (25–99% de teor de suco)

Total de néctares						
	83	78	76	68	64	-5,8%
Marca tradicional	49	46	45	42	39	-6,3%
Marca própria	33	32	31	26	25	-5,0%
Temperatura ambiente	83	78	76	68	64	-5,8%
Marca tradicional	49	46	45	42	39	-6,3%
Marca própria	33	32	31	26	25	-5,0%
Reconstituído	83	78	76	68	64	-5,8%
Marca tradicional	49	46	45	42	39	-6,3%
Marca própria	33	32	31	26	25	-5,0%

# Bélgica

 População: **11,2 milhões**

Total de sucos de frutas e néctares						
Volume, milhões de litros*	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
<b>Total</b>	<b>222</b>	<b>222</b>	<b>213</b>	<b>213</b>	<b>210</b>	<b>-1,1%</b>

## Suco de frutas (100% de teor de suco)

Total de sucos de frutas						
	186	186	177	177	174	-1,4%
Marca tradicional	75	74	68	68	66	-2,1%
Marca própria	111	112	110	109	108	-1,0%
Temperatura ambiente	170	169	160	158	154	-3,0%
Marca tradicional	64	61	55	54	51	-6,1%
Marca própria	106	108	105	104	103	-1,4%
Reconstituído	170	169	160	158	153	-3,0%
Marca tradicional	64	61	55	54	51	-6,1%
Marca própria	106	108	105	104	103	-1,4%
Not from concentrate	0,3	0,2	0,2	0,2	0,1	-14,7%
Marca tradicional	0,3	0,2	0,2	0,2	0,1	-14,7%
Refrigerado	16	17	17	18	21	12,5%
Marca tradicional	12	12	12	14	15	13,7%
Marca própria	5	5	5	5	5	9,3%
Reconstituído	0,0	0,0	0,1	0,2	0,2	0,0%
Marca tradicional	0,0	0,0	0,1	0,2	0,2	0,0%
Not from concentrate	16	17	17	18	21	12,7%
Marca tradicional	12	12	12	13	15	13,9%
Marca própria	5	5	5	5	5	9,3%
dos quais são smoothies	0,2	0,0	0,1	0,3	0,4	40,0%
Marca tradicional	0,2	0,0	0,1	0,2	0,3	25,0%
Marca própria	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	100,0%

## Néctares (25–99% de teor de suco)

Total de néctares						
	36	36	36	36	36	0,6%
Marca tradicional	23	23	22	23	24	2,2%
Marca própria	13	13	13	13	13	-2,3%
Temperatura ambiente	35	35	35	35	35	0,0%
Marca tradicional	22	22	21	22	23	1,4%
Marca própria	13	13	13	13	13	-2,3%
Reconstituído	35	35	35	35	35	0,0%
Marca tradicional	22	22	21	22	23	1,4%
Marca própria	13	13	13	13	13	-2,3%
Refrigerado	1,2	1,0	1,0	0,7	0,9	28,6%
Marca tradicional	1,2	1,0	1,0	0,7	0,9	28,6%
Reconstituído	1,2	1,0	1,0	0,7	0,9	28,6%
Marca tradicional	1,2	1,0	1,0	0,7	0,9	28,6%
dos quais são smoothies	0,4	0,5	0,5	0,4	0,5	12,5%
Marca tradicional	0,4	0,5	0,5	0,4	0,5	12,5%

# França

População: 66,2 milhões

Total de sucos de frutas e néctares						
Volume, milhões de litros*	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
<b>Total</b>	1.693	1.713	1.681	1.621	1.551	-4,3%

## Suco de frutas (100% de teor de suco)

Total de sucos de frutas						
	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
<b>Total de sucos de frutas</b>	1.298	1.328	1.314	1.281	1.240	-3,2%
Marca tradicional	577	592	583	586	581	-0,7%
Marca própria	721	736	731	695	658	-5,3%
Temperatura ambiente	1.164	1.181	1.152	1.111	1.062	-4,4%
Marca tradicional	480	490	471	468	456	-2,4%
Marca própria	685	691	682	643	606	-5,8%
Reconstituído	603	573	544	508	472	-7,2%
Marca tradicional	187	176	160	151	145	-4,2%
Marca própria	417	397	385	357	327	-8,4%
Not from concentrate	561	608	608	602	590	-2,1%
Marca tradicional	293	314	311	317	312	-1,6%
Marca própria	268	294	297	286	278	-2,6%
dos quais são smoothies	0,4	0,4	0,4	0,4	0,2	-58,3%
Marca tradicional	0,4	0,4	0,4	0,4	0,2	-58,3%
Refrigerado	134	147	162	170	178	4,6%
Marca tradicional	97	102	112	118	125	5,9%
Marca própria	37	45	49	52	53	1,6%
Not from concentrate	134	147	162	170	178	4,6%
Marca tradicional	97	102	112	118	125	5,9%
Marca própria	37	45	49	52	53	1,6%
dos quais são smoothies	14	15	15	15	15	-2,1%
Marca tradicional	9	9	8	8	6	-19,6%
Marca própria	5	6	7	7	9	16,4%

## Néctares (25-99% de teor de suco)

Total de néctares						
	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
<b>Total de néctares</b>	395	385	367	340	311	-8,6%
Marca tradicional	107	106	99	96	94	-1,9%
Marca própria	288	279	268	244	217	-11,2%
Temperatura ambiente	376	367	346	317	288	-9,0%
Marca tradicional	89	90	80	75	73	-1,9%
Marca própria	287	277	267	242	215	-11,3%
Reconstituído	376	367	346	317	288	-9,0%
Marca tradicional	89	90	80	75	73	-1,9%
Marca própria	287	277	267	242	215	-11,3%
dos quais são smoothies	4	3	5	4	5	1,4%
Marca tradicional	1	0,4	2	2	1	-22,0%
Marca própria	3	3	3	3	3	16,9%
Refrigerado	19	18	21	23	22	-2,1%
Marca tradicional	18	17	19	21	21	-1,8%
Marca própria	2	2	2	2	2	-5,8%
Reconstituído	19	18	21	23	22	-2,1%
Marca tradicional	18	17	19	21	21	-1,8%
Marca própria	2	2	2	2	2	-5,8%
Not from concentrate	0	0	0	0	0	0,0%
Marca tradicional	0	0	0	0	0	0,0%
dos quais são smoothies	0	0	0	0	0	0,0%
Marca tradicional	0	0	0	0	0	0,0%

# Alemanha

População: 81,0 milhões

Total de sucos de frutas e néctares						
Volume, milhões de litros*	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
<b>Total</b>	2.810	2.733	2.607	2.486	2.405	-3,3%

## Suco de frutas (100% de teor de suco)

Total de sucos de frutas						
	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
<b>Total de sucos de frutas</b>	1.915	1.900	1.824	1.747	1.669	-4,5%
Marca tradicional	978	964	935	910	896	-1,5%
Marca própria	937	935	889	838	772	-7,8%
Temperatura ambiente	1.858	1.844	1.757	1.666	1.573	-5,6%
Marca tradicional	928	915	874	835	810	-3,0%
Marca própria	930	929	883	831	763	-8,1%
Reconstituído	1.643	1.622	1.533	1.442	1.346	-6,6%
Marca tradicional	893	873	824	785	761	-2,9%
Marca própria	750	748	709	657	585	-11,1%
Not from concentrate	215	222	224	224	227	1,4%
Marca tradicional	35	41	50	50	48	-3,9%
Marca própria	181	180	174	174	179	2,9%
dos quais são smoothies	0	0	0	0	0	0,0%
Marca tradicional	0	0	0	0	0	0,0%
Refrigerado	57	56	67	81	95	17,4%
Marca tradicional	50	49	61	75	86	15,9%
Marca própria	7	7	6	7	9	34,9%
Reconstituído	34	33	39	42	44	5,4%
Marca tradicional	34	33	39	42	44	5,4%
Not from concentrate	23	23	28	39	51	30,2%
Marca tradicional	17	16	21	33	42	29,3%
Marca própria	7	7	6	7	9	34,9%
dos quais são smoothies	10	10	10	13	17	35,8%
Marca tradicional	4	4	3	6	8	36,9%
Marca própria	7	7	6	7	9	34,9%

## Néctares (25-99% de teor de suco)

Total de néctares						
	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
<b>Total de néctares</b>	895	833	783	739	737	-0,3%
Marca tradicional	499	487	448	422	400	-5,1%
Marca própria	396	346	336	317	337	6,1%
Temperatura ambiente	889	828	778	734	736	0,2%
Marca tradicional	493	482	442	417	399	-4,3%
Marca própria	396	346	336	317	337	6,1%
Reconstituído	889	828	778	734	735	0,2%
Marca tradicional	493	482	442	416	399	-4,3%
Marca própria	396	346	336	317	337	6,1%
Not from concentrate	0	0	0	1	1	0,0%
Marca tradicional	0	0	0	1	1	0,0%
Refrigerado	6	5	5	4	1	-86,4%
Marca tradicional	6	5	5	4	1	-86,4%
Reconstituído	6	5	5	4	1	-86,4%
Marca tradicional	6	5	5	4	1	-86,4%
dos quais são smoothies	5	4	4	4	1	-88,4%
Marca tradicional	5	4	4	4	1	-88,4%

# Itália

 População: **59,6 milhões**

Total de sucos de frutas e néctares						
Volume, milhões de litros*	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
	807	808	774	726	690	-5,0%

## Suco de frutas (100% de teor de suco)

Total de sucos de frutas						
	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
Total de sucos de frutas	172	165	155	141	133	-5,9%
Marca tradicional	118	112	102	90	84	-7,1%
Marca própria	54	53	52	51	49	-3,8%
Temperatura ambiente	154	148	139	128	121	-5,6%
Marca tradicional	106	102	93	83	78	-6,6%
Marca própria	48	46	45	45	43	-3,9%
Reconstituído	154	148	139	127	119	-6,0%
Marca tradicional	106	102	93	82	76	-7,2%
Marca própria	48	46	45	45	43	-3,9%
Not from concentrate	0	0	0	1	1	52,9%
Marca tradicional	0	0	0	1	1	52,9%
dos quais são smoothies	2	1	1	1	1	-37,5%
Marca tradicional	2	1	1	1	1	-37,5%
Refrigerado	18	17	16	13	12	-8,4%
Marca tradicional	11	11	9	7	6	-13,0%
Marca própria	7	7	7	6	6	-3,0%
Reconstituído	1	2	4	3	2	-23,1%
Marca tradicional	1	2	4	3	2	-23,1%
Not from concentrate	17	15	12	10	10	-4,1%
Marca tradicional	10	9	5	4	4	-5,8%
Marca própria	7	7	7	6	6	-3,0%
dos quais são smoothies	4	3	2	1	1	-24,8%
Marca tradicional	4	3	2	1	1	-24,8%

## Néctares (25–99% de teor de suco)

Total de néctares						
	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
Total de néctares	635	643	620	584	557	-4,7%
Marca tradicional	474	448	407	373	351	-5,8%
Marca própria	161	195	213	212	206	-2,8%
Temperatura ambiente	635	643	620	584	557	-4,7%
Marca tradicional	474	448	407	373	351	-5,8%
Marca própria	161	195	213	212	206	-2,8%
Reconstituído	635	643	620	584	557	-4,7%
Marca tradicional	474	448	407	373	351	-5,8%
Marca própria	161	195	213	212	206	-2,8%

# Holanda

 População: **16,8 milhões**

Total de sucos de frutas e néctares						
Volume, milhões de litros*	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
Total	466	474	490	468	450	-3,7%

## Suco de frutas (100% de teor de suco)

Total de sucos de frutas						
	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
Total de sucos de frutas	283	284	290	272	261	-4,1%
Marca tradicional	153	157	165	149	145	-3,1%
Marca própria	130	127	125	123	116	-5,3%
Temperatura ambiente	217	208	203	185	170	-8,0%
Marca tradicional	113	108	109	95	87	-7,8%
Marca própria	104	100	94	90	83	-8,3%
Reconstituído	217	208	203	185	168	-9,3%
Marca tradicional	113	108	109	95	85	-10,1%
Marca própria	104	100	94	90	82	-8,5%
Not from concentrate	0	0	0	0	2,4	0,0%
Marca tradicional	0	0	0	0	2,2	0,0%
Marca própria	0	0	0	0	0,2	0,0%
Refrigerado	67	76	86	87	91	4,1%
Marca tradicional	40	50	56	55	57	4,9%
Marca própria	26	27	30	33	34	2,8%
Reconstituído	27	31	33	32	35	9,3%
Marca tradicional	27	31	33	32	35	9,3%
Not from concentrate	40	46	54	55	56	1,1%
Marca tradicional	14	19	23	23	23	-1,2%
Marca própria	26	27	30	33	34	2,8%
dos quais são smoothies	2	2	2	3	3	6,9%
Marca tradicional	2	2	2	3	3	6,9%

## Néctares (25–99% de teor de suco)

Total de néctares						
	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
Total de néctares	183	190	200	195	190	-3,0%
Marca tradicional	84	89	92	88	80	-8,8%
Marca própria	99	101	108	108	110	1,7%
Temperatura ambiente	136	142	153	149	146	-1,6%
Marca tradicional	49	52	57	53	49	-7,4%
Marca própria	87	90	96	95	97	1,6%
Reconstituído	136	142	153	149	146	-1,6%
Marca tradicional	49	52	57	53	49	-7,4%
Marca própria	87	90	96	95	97	1,6%
Refrigerado	47	48	47	47	43	-7,4%
Marca tradicional	36	36	35	34	31	-11,0%
Marca própria	12	11	12	12	13	2,4%
Reconstituído	47	48	47	47	43	-7,4%
Marca tradicional	36	36	35	34	31	-11,0%
Marca própria	12	11	12	12	13	2,4%

# Polônia

 População: **38,1 milhões**

Total de sucos de frutas e néctares						
Volume, milhões de litros*	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
<b>Total</b>	<b>810</b>	<b>723</b>	<b>695</b>	<b>673</b>	<b>699</b>	<b>3,8%</b>

## Suco de frutas (100% de teor de suco)

Total de sucos de frutas						
	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
<b>Total de sucos de frutas</b>	<b>504</b>	<b>462</b>	<b>449</b>	<b>438</b>	<b>456</b>	<b>4,0%</b>
Marca tradicional	434	400	391	382	396	3,8%
Marca própria	70	62	58	57	60	5,8%
Temperatura ambiente	457	409	392	378	392	3,8%
Marca tradicional	391	351	338	326	338	3,7%
Marca própria	66	58	54	52	54	3,8%
Reconstituído	453	405	383	365	371	1,8%
Marca tradicional	387	347	329	314	320	2,0%
Marca própria	66	58	54	51	51	1,0%
Not from concentrate	4	4	8	14	21	55,1%
Marca tradicional	4	4	8	12	18	50,0%
Marca própria	0	0	0	2	3	93,8%
Refrigerado	47	53	58	60	64	5,8%
Marca tradicional	43	49	54	56	58	3,9%
Marca própria	4	4	4	4	6	29,5%
Reconstituído	9	9	10	9	9	-2,1%
Marca tradicional	9	9	10	9	9	-2,1%
Not from concentrate	38	44	48	51	55	7,3%
Marca tradicional	34	40	44	46	49	5,2%
Marca própria	4	4	4	4	6	29,5%
dos quais são smoothies	7	7	8	8	8	5,3%
Marca tradicional	7	7	8	8	8	5,3%

## Néctares (25-99% de teor de suco)

Total de néctares						
	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
<b>Total de néctares</b>	<b>306</b>	<b>261</b>	<b>246</b>	<b>235</b>	<b>243</b>	<b>3,4%</b>
Marca tradicional	202	160	148	142	147	3,5%
Marca própria	104	101	98	93	96	3,2%
Temperatura ambiente	303	258	244	234	243	3,9%
Marca tradicional	199	157	146	141	147	4,3%
Marca própria	104	101	98	93	96	3,2%
Reconstituído	303	258	244	234	243	3,9%
Marca tradicional	199	157	146	141	147	4,3%
Marca própria	104	101	98	93	96	3,2%
dos quais são smoothies	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0%
Marca tradicional	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0%
Refrigerado	3	2	2	1	0	-100,0%
Marca tradicional	3	2	2	1	0	-100,0%
Reconstituído	3	2	2	1	0	-100,0%
Marca tradicional	3	2	2	1	0	-100,0%

# Espanha

 População: **46,5 milhões**

Total de sucos de frutas e néctares						
Volume, milhões de litros*	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
<b>Total</b>	<b>1.097</b>	<b>1.068</b>	<b>1.046</b>	<b>985</b>	<b>968</b>	<b>-1,8%</b>

## Suco de frutas (100% de teor de suco)

Total de sucos de frutas						
	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
<b>Total de sucos de frutas</b>	<b>512</b>	<b>481</b>	<b>444</b>	<b>394</b>	<b>376</b>	<b>-4,7%</b>
Marca tradicional	282	256	233	216	221	2,2%
Marca própria	229	225	211	178	155	-13,1%
Temperatura ambiente	456	435	398	350	333	-4,9%
Marca tradicional	254	237	213	197	201	2,3%
Marca própria	203	199	185	153	132	-14,1%
Reconstituído	393	363	323	273	253	-7,3%
Marca tradicional	226	203	179	162	161	-0,4%
Marca própria	167	160	144	111	91	-17,5%
Not from concentrate	64	72	74	77	80	3,9%
Marca tradicional	28	34	33	35	40	14,9%
Marca própria	36	39	41	42	40	-5,2%
Refrigerado	55	45	47	44	43	-3,2%
Marca tradicional	29	19	21	20	20	0,9%
Marca própria	27	26	26	25	23	-6,5%
Reconstituído	29	19	13	7	4	-37,5%
Marca tradicional	9,5	0,4	0,6	0,4	0,1	-66,7%
Marca própria	20	19	13	7	4	-35,8%
Not from concentrate	26	26	33	37	38	3,3%
Marca tradicional	19	19	20	19	20	2,2%
Marca própria	7	7	13	18	19	4,5%

## Néctares (25-99% de teor de suco)

Total de néctares						
	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
<b>Total de néctares</b>	<b>585</b>	<b>587</b>	<b>601</b>	<b>591</b>	<b>592</b>	<b>0,2%</b>
Marca tradicional	384	374	372	359	365	1,7%
Marca própria	202	213	229	232	227	-2,2%
Temperatura ambiente	583	586	600	590	590	0,0%
Marca tradicional	382	373	371	359	364	1,5%
Marca própria	201	212	229	232	227	-2,2%
Reconstituído	582	585	600	590	590	0,0%
Marca tradicional	381	373	371	358	364	1,5%
Marca própria	201	212	229	232	227	-2,2%
Not from concentrate	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2	-39,0%
Marca tradicional	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2	-39,0%
Refrigerado	2,6	1,5	0,9	0,8	1,6	103,8%
Marca tradicional	1,8	0,7	0,5	0,5	1,4	170,0%
Marca própria	0,8	0,8	0,4	0,3	0,3	-6,7%
Reconstituído	2,4	1,5	0,9	0,6	0,5	-20,0%
Marca tradicional	1,6	0,7	0,5	0,3	0,2	-33,3%
Marca própria	0,8	0,8	0,4	0,3	0,3	-6,7%
Not from concentrate	0,2	0,1	0,0	0,2	1,2	475,0%
Marca tradicional	0,2	0,1	0,0	0,2	1,2	475,0%
dos quais são smoothies	1,6	0,7	0,5	0,4	0,3	-15,4%
Marca tradicional	1,3	0,4	0,3	0,2	0,2	-25,0%
Marca própria	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	-5,3%

# Suécia

População: 9,7 milhões

Total de sucos de frutas e néctares						
Volume, milhões de litros*	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
<b>Total</b>	<b>257</b>	<b>252</b>	<b>244</b>	<b>238</b>	<b>233</b>	<b>-2,0%</b>

## Suco de frutas (100% de teor de suco)

Total de sucos de frutas						
	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
<b>Total de sucos de frutas</b>	<b>201</b>	<b>197</b>	<b>190</b>	<b>183</b>	<b>175</b>	<b>-4,1%</b>
Marca tradicional	148	155	150	145	138	-4,4%
Marca própria	54	42	40	38	37	-2,8%
Temperatura ambiente	72	58	56	50	47	-7,0%
Marca tradicional	30	28	27	26	25	-5,6%
Marca própria	42	30	29	24	22	-8,6%
Reconstituído	71	58	55	49	46	-7,8%
Marca tradicional	29	28	26	25	23	-7,0%
Marca própria	42	30	29	24	22	-8,6%
Not from concentrate	0,4	0,6	0,8	1,0	1,3	30,0%
Marca tradicional	0,4	0,6	0,8	1,0	1,3	30,0%
dos quais são smoothies	0,4	0,6	0,8	1,0	1,3	30,0%
Marca tradicional	0,4	0,6	0,8	1,0	1,3	30,0%
Refrigerado	129	139	134	133	129	-2,9%
Marca tradicional	118	127	123	118	114	-4,2%
Marca própria	12	12	11	14	15	7,4%
Reconstituído	102	112	107	106	101	-4,2%
Marca tradicional	93	102	99	95	89	-5,9%
Marca própria	9	9	9	11	12	11,0%
Not from concentrate	27	27	27	27	27	2,0%
Marca tradicional	25	25	24	23	24	2,9%
Marca própria	2	2	3	3	3	-4,5%
dos quais são smoothies	2	2	2	1	1	-7,7%
Marca tradicional	2	2	1	1	1	-12,0%
Marca própria	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	27,4%

## Néctares (25–99% de teor de suco)

Total de néctares						
	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
<b>Total de néctares</b>	<b>55</b>	<b>55</b>	<b>54</b>	<b>55</b>	<b>58</b>	<b>5,0%</b>
Marca tradicional	37	39	38	39	43	11,1%
Marca própria	19	16	15	16	14	-10,1%
Temperatura ambiente	38	35	35	33	35	6,9%
Marca tradicional	19	19	20	21	24	17,2%
Marca própria	19	16	15	12	11	-10,2%
Reconstituído	38	35	35	33	35	6,9%
Marca tradicional	19	19	20	21	24	17,2%
Marca própria	19	16	15	12	11	-10,2%
dos quais são smoothies	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	-10,5%
Marca tradicional	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-27,1%
Marca própria	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	-9,4%
Refrigerado	17	20	19	22	22	2,0%
Marca tradicional	17	20	19	18	19	4,2%
Marca própria	0	0	0	3	3	-9,4%
Reconstituído	17	20	19	22	22	2,0%
Marca tradicional	17	20	19	18	19	4,2%
Marca própria	0	0	0	3	3	-9,4%

# Reino Unido

População: 64,5 milhões

Total de sucos de frutas e néctares							
Volume, milhões de litros*	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %	
<b>Total</b>	<b>1.405</b>	<b>1.369</b>	<b>1.329</b>	<b>1.277</b>	<b>1.192</b>	<b>-6,6%</b>	

## Suco de frutas (100% de teor de suco)

Total de sucos de frutas							
	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %	
<b>Total de sucos de frutas</b>	<b>1.212</b>	<b>1.180</b>	<b>1.144</b>	<b>1.079</b>	<b>996</b>	<b>-7,7%</b>	
Marca tradicional	482	509	519	506	484	-4,3%	
Marca própria	730	670	625	573	511	-10,8%	
Temperatura ambiente	551	503	458	402	358	-10,9%	
Marca tradicional	164	158	143	120	111	-7,1%	
Marca própria	386	346	314	282	247	-12,6%	
Reconstituído	551	503	458	402	358	-10,9%	
Marca tradicional	164	158	143	120	111	-7,1%	
Marca própria	386	346	314	282	247	-12,6%	
Refrigerado	661	676	687	677	637	-5,8%	
Marca tradicional	317	352	376	386	373	-3,4%	
Marca própria	344	325	311	291	264	-9,0%	
Reconstituído	285	269	258	241	221	-8,2%	
Marca tradicional	20	20	18	16	15	-7,2%	
Marca própria	264	249	239	225	206	-8,3%	
Not from concentrate	377	407	429	436	416	-4,5%	
Marca tradicional	297	331	357	370	358	-3,2%	
Marca própria	80	76	71	65	58	-11,5%	
dos quais são smoothies	59	67	58	54	52	-4,4%	
Marca tradicional	53	61	52	49	47	-4,4%	
Marca própria	6	6	5	5	5	-5,0%	

## Néctares (25–99% de teor de suco)

Total de néctares							
	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %	
<b>Total de néctares</b>	<b>193</b>	<b>189</b>	<b>185</b>	<b>198</b>	<b>196</b>	<b>-0,8%</b>	
Marca tradicional	175	169	163	177	177	-0,1%	
Marca própria	18	20	22	21	20	-6,8%	
Temperatura ambiente	149	149	141	138	133	-3,9%	
Marca tradicional	146	145	135	132	127	-3,5%	
Marca própria	3	4	6	6	6	-10,8%	
Reconstituído	146	146	138	136	130	-4,1%	
Marca tradicional	144	142	132	130	125	-3,7%	
Marca própria	3	4	6	6	6	-10,8%	
Not from concentrate	2	2	2	2	3	6,6%	
Marca tradicional	2	2	2	2	3	6,6%	
dos quais são smoothies	0	0	0	0	0	0,0%	
Marca tradicional	0	0	0	0	0	0,0%	
Refrigerado	44	41	44	60	63	6,4%	
Marca tradicional	29	25	28	45	49	10,2%	
Marca própria	15	16	16	15	14	-5,1%	
Reconstituído	44	41	43	46	53	16,1%	
Marca tradicional	29	25	27	31	39	26,2%	
Marca própria	15	16	16	15	14	-5,1%	
Not from concentrate	0	0	1	14	10	-25,3%	
Marca tradicional	0	0	1	14	10	-25,3%	
dos quais são smoothies	16	16	18	19	23	24,1%	
Marca tradicional	10	10	12	13	17	36,5%	
Marca própria	7	7	7	6	6	-1,0%	

# Bulgária

População: **7,2 milhões**

Total de sucos de frutas e néctares						
Volume, milhões de litros*	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
<b>Total</b>	<b>72</b>	<b>68</b>	<b>67</b>	<b>63</b>	<b>63</b>	<b>1,1%</b>

## Suco de frutas (100% de teor de suco)

Total de sucos de frutas	18	16	16	14	14	1,5%
Marca própria	1	1	2	2	2	0,3%
Marca tradicional	16	15	14	12	13	1,7%
Temperatura ambiente	17	16	15	14	14	1,7%
Refrigerado	0,3	0,1	0,5	0,4	0,3	-6,9%
Reconstituído	17	16	15	13	13	-4,4%
Not from concentrate	0,7	0,5	1,0	0,9	1,7	89,9%

## Néctares (25-99% de teor de suco)

Total de néctares	55	52	51	49	49	1,0%
Marca tradicional	47	44	42	41	41	1,8%
Marca própria	8	8	8	8	8	-3,0%

# Chipre

População: **1,2 milhão**

Total de sucos de frutas e néctares						
Volume, milhões de litros*	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
<b>Total</b>	<b>32</b>	<b>31</b>	<b>32</b>	<b>30</b>	<b>28</b>	<b>-4,5%</b>

## Suco de frutas (100% de teor de suco)

Total de sucos de frutas	21	20	21	19	18	-5,4%
Marca própria	21	20	21	18	17	-5,6%
Marca tradicional	0	0	0	1	1	-3,6%
Temperatura ambiente	21	19	20	18	17	-5,4%
Refrigerado	1	1	1	1	1	-7,2%
Reconstituído	21	20	21	19	18	-5,4%
Not from concentrate	0	0	0	0	0	0,0%

## Néctares (25-99% de teor de suco)

Total de néctares	11	11	11	11	10	-2,9%
Marca tradicional	11	11	11	10	10	-3,0%
Marca própria	0	0	0	1	1	-1,7%

# Dinamarca

População: **5,6 milhões**

Total de sucos de frutas e néctares						
Volume, milhões de litros*	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>114</b>	<b>111</b>	<b>111</b>	<b>108</b>	<b>-2,7%</b>

## Suco de frutas (100% de teor de suco)

Total de sucos de frutas	119	113	110	110	104	-5,6%
Marca tradicional	59	54	57	54	53	-2,3%
Marca própria	60	59	53	56	51	-8,7%
Temperatura ambiente	106	101	99	98	91	-7,5%
Refrigerado	12	12	11	12	13	11,2%
Reconstituído	111	105	102	101	94	-6,7%
Not from concentrate	8	8	8	9	10	7,2%

## Néctares (25-99% de teor de suco)

Total de néctares	0,9	0,8	0,9	0,9	4,0	357,1%
Marca tradicional	0,5	0,5	0,7	0,6	3,6	472,0%
Marca própria	0,4	0,3	0,2	0,3	0,4	70,0%

# Croácia

População: **4,3 milhões**

Total de sucos de frutas e néctares						
Volume, milhões de litros*	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>71</b>	<b>68</b>	<b>67</b>	<b>58</b>	<b>-13,5%</b>

## Suco de frutas (100% de teor de suco)

Total de sucos de frutas	11	12	12	12	13	7,6%
Marca própria	9	9	9	10	11	7,4%
Marca tradicional	2	2	3	2	3	8,3%
Temperatura ambiente	11	12	12	12	13	7,6%
Reconstituído	11	12	12	12	11	-5,6%
Not from concentrate	0,0	0,0	0,0	0,4	1,9	454,3%

## Néctares (25-99% de teor de suco)

Total de néctares	63	60	57	55	45	-18,2%
Marca tradicional	49	46	46	46	38	-17,0%
Marca própria	14	13	10	9	7	-24,4%

# República Tcheca

População: **10,6 milhões**

Total de sucos de frutas e néctares						
Volume, milhões de litros*	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
<b>Total</b>	<b>105</b>	<b>88</b>	<b>82</b>	<b>89</b>	<b>94</b>	<b>5,4%</b>

## Suco de frutas (100% de teor de suco)

Total de sucos de frutas	70	54	49	51	55	7,8%
Marca própria	34	22	17	15	14	-2,7%
Marca tradicional	36	32	32	37	41	12,1%
Temperatura ambiente	70	54	48	50	54	7,9%
Refrigerado	0,3	0,2	0,6	0,9	0,9	0,0%
Reconstituído	70	54	48	48	51	6,5%
Not from concentrate	0,7	0,4	0,8	3,3	4,2	27,3%

## Néctares (25-99% de teor de suco)

Total de néctares	34	33	34	37	38	2,1%
Marca tradicional	23	20	22	27	28	5,6%
Marca própria	11	13	12	11	10	-6,6%

# Estônia

População: **1,3 milhão**

Total de sucos de frutas e néctares						
Volume, milhões de litros*	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
<b>Total</b>	<b>32</b>	<b>29</b>	<b>27</b>	<b>26</b>	<b>25</b>	<b>-2,1%</b>

## Suco de frutas (100% de teor de suco)

Total de sucos de frutas	14	12	12	12	12	1,1%
Marca tradicional	11	10	10	10	10	0,8%
Marca própria	4	3	2	2	2	2,3%
Temperatura ambiente	13	12	11	12	12	1,1%
Refrigerado	1	1	1	1	1	1,2%
Reconstituído	13	12	11	11	11	1,3%
Not from concentrate	1	1	1	1	1	-1,5%

## Néctares (25-99% de teor de suco)

Total de néctares	18	17	15	14	13	-5,0%
Marca tradicional	16	16	15	13	12	-5,3%
Marca própria	2	1	1	1	1	1,9%

# Finlândia

População: **5,4 milhões**

## Total de sucos de frutas e néctares

Volume, milhões de litros*	2010	2011	2012	2013	2014	Varição %
<b>Total</b>	<b>166</b>	<b>164</b>	<b>155</b>	<b>149</b>	<b>137</b>	<b>-7,9%</b>

## Suco de frutas (100% de teor de suco)

Total de sucos de frutas	145	144	135	129	119	-8,0%
Marca tradicional	128	127	119	114	105	-7,9%
Marca própria	18	17	16	15	14	-9,5%
Temperatura ambiente	95	93	80	77	70	-9,5%
Refrigerado	50	50	55	52	49	-5,9%
Reconstituído	132	130	123	118	109	-7,6%
Not from concentrate	14	14	12	11	9	-12,8%

## Néctares (25–99% de teor de suco)

Total de néctares	20	20	20	20	19	-7,0%
Marca tradicional	20	20	20	20	18	-7,1%
Marca própria	0,0	0,0	0,4	0,4	0,4	-1,8%

# Hungria

População: **9,9 milhões**

## Total de sucos de frutas e néctares

Volume, milhões de litros*	2010	2011	2012	2013	2014	Varição %
<b>Total</b>	<b>107</b>	<b>102</b>	<b>95</b>	<b>91</b>	<b>101</b>	<b>10,9%</b>

## Suco de frutas (100% de teor de suco)

Total de sucos de frutas	43	40	37	36	40	9,5%
Marca tradicional	25	25	26	27	28	3,6%
Marca própria	17	15	12	9	12	26,2%
Temperatura ambiente	42	40	37	36	40	9,5%
Refrigerado	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	40,0%
Reconstituído	41	38	36	35	38	9,2%
Not from concentrate	1	2	2	1	1	20,6%

## Néctares (25–99% de teor de suco)

Total de néctares	64	61	58	55	61	11,9%
Marca tradicional	45	41	34	34	36	4,9%
Marca própria	19	20	24	21	26	23,3%

# Letônia

População: **2,0 milhões**

## Total de sucos de frutas e néctares

Volume, milhões de litros*	2010	2011	2012	2013	2014	Varição %
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>29</b>	<b>29</b>	<b>29</b>	<b>29</b>	<b>-0,5%</b>

## Suco de frutas (100% de teor de suco)

Total de sucos de frutas	11	10	10	11	11	0,4%
Marca tradicional	10	9	9	10	10	1,6%
Marca própria	1	1	1	1	1	-16,1%
Temperatura ambiente	11	9	10	10	10	0,9%
Refrigerado	0,2	0,3	0,3	0,2	0,2	-21,2%
Reconstituído	11	10	10	10	10	0,5%
Not from concentrate	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	-11,9%

## Néctares (25–99% de teor de suco)

Total de néctares	17	19	19	19	19	-1,0%
Marca tradicional	15	18	18	17	17	-0,1%
Marca própria	2	2	1	1	1	-11,7%

# Grécia

População: **11,1 milhões**

## Total de sucos de frutas e néctares

Volume, milhões de litros*	2010	2011	2012	2013	2014	Varição %
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>168</b>	<b>150</b>	<b>137</b>	<b>131</b>	<b>-4,1%</b>

## Suco de frutas (100% de teor de suco)

Total de sucos de frutas	123	107	93	82	77	-5,8%
Marca tradicional	105	90	74	65	62	-4,6%
Marca própria	17	17	19	17	15	-10,6%
Temperatura ambiente	88	79	72	65	61	-7,5%
Refrigerado	35	28	21	16	17	1,1%
Reconstituído	122	107	93	82	77	-5,9%
Not from concentrate	0,2	0,0	0,1	0,1	0,2	26,2%

## Néctares (25–99% de teor de suco)

Total de néctares	57	61	57	55	54	-1,6%
Marca tradicional	37	40	41	39	38	-3,8%
Marca própria	20	21	17	15	16	4,1%

# Irlanda

População: **4,8 milhões**

## Total de sucos de frutas e néctares

Volume, milhões de litros*	2010	2011	2012	2013	2014	Varição %
<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>57</b>	<b>53</b>	<b>50</b>	<b>45</b>	<b>-10,9%</b>

## Suco de frutas (100% de teor de suco)

Total de sucos de frutas	52	50	47	44	39	-12,0%
Marca tradicional	29	29	26	26	21	-18,0%
Marca própria	23	22	21	19	18	-3,7%
Temperatura ambiente	33	31	27	25	21	-15,2%
Refrigerado	19	20	20	19	18	-7,9%
Reconstituído	40	38	33	31	27	-11,9%
Not from concentrate	11	13	14	13	11	-12,3%

## Néctares (25–99% de teor de suco)

Total de néctares	6	6	6	6	6	-2,0%
Marca tradicional	6	6	5	5	5	-4,4%
Marca própria	1	1	1	1	1	17,6%

# Lituânia

População: **2,9 milhões**

## Total de sucos de frutas e néctares

Volume, milhões de litros*	2010	2011	2012	2013	2014	Varição %
<b>Total</b>	<b>41</b>	<b>40</b>	<b>39</b>	<b>40</b>	<b>38</b>	<b>-5,3%</b>

## Suco de frutas (100% de teor de suco)

Total de sucos de frutas	16	14	14	14	14	2,0%
Marca tradicional	14	12	12	12	13	2,4%
Marca própria	3	2	2	2	2	-1,3%
Temperatura ambiente	16	14	14	14	14	2,0%
Refrigerado	0	0	0	0	0	100,0%
Reconstituído	16	14	14	14	14	1,3%
Not from concentrate	0,2	0,3	0,3	0,3	0,4	34,5%

## Néctares (25–99% de teor de suco)

Total de néctares	25	25	25	26	24	-9,2%
Marca tradicional	23	23	22	23	21	-9,8%
Marca própria	2	2	3	3	3	-4,2%



# Luxemburgo

População: 0,5 milhão

Total de sucos de frutas e néctares						
Volume, milhões de litros*	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
Total	11	11	11	11	10	-1,2%

## Suco de frutas (100% de teor de suco)

Total de sucos de frutas						
Total de sucos de frutas	9	9	9	9	9	-1,5%
Marca tradicional	4	4	4	4	4	-2,1%
Marca própria	5	5	5	5	5	-1,0%
Temperatura ambiente	8	8	8	8	7	-3,0%
Refrigerado	1	1	1	1	1	10,1%
Reconstituído	5	5	5	5	5	-3,0%
Not from concentrate	4	4	4	4	4	0,4%

## Néctares (25–99% de teor de suco)

Total de néctares						
Total de néctares	2	2	2	2		
Marca tradicional	1	1	1	1	1	2,2%
Marca própria	1	1	1	1	1	-2,3%

# Noruega

População: 5,1 milhões

Total de sucos de frutas e néctares						
Volume, milhões de litros*	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
Total	153	153	154	150	146	-2,7%

## Suco de frutas (100% de teor de suco)

Total de sucos de frutas						
Total de sucos de frutas	138	138	141	138	135	-2,4%
Marca tradicional	84	84	72	67	66	-1,3%
Marca própria	54	54	69	71	68	-3,4%
Temperatura ambiente	84	82	78	71	66	-6,7%
Refrigerado	54	56	63	67	69	2,9%
Reconstituído	115	113	112	104	99	-5,0%
Not from concentrate	23	25	29	34	36	5,6%

## Néctares (25–99% de teor de suco)

Total de néctares						
Total de néctares	15	14	13	12	11	-6,1%
Marca tradicional	6	5	4	4	4	-8,8%
Marca própria	9	9	9	8	8	-4,7%

# Romênia

População: 19,9 milhões

Total de sucos de frutas e néctares						
Volume, milhões de litros*	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
Total	68	59	56	54	54	0,9%

## Suco de frutas (100% de teor de suco)

Total de sucos de frutas						
Total de sucos de frutas	24	22	21	21	20	-1,1%
Marca tradicional	21	18	16	15	15	1,3%
Marca própria	3	4	4	6	5	-7,4%
Temperatura ambiente	24	22	21	21	20	-1,1%
Refrigerado	24	21	20	19	18	-3,4%
Reconstituído	24	21	20	19	18	-3,4%
Not from concentrate	0	1	1	1	2	28,6%

## Néctares (25–99% de teor de suco)

Total de néctares						
Total de néctares	44	37	35	33	34	2,1%
Marca tradicional	37	30	27	26	26	0,3%
Marca própria	7	7	8	7	8	8,3%

# Malta

População: 0,4 milhão

Total de sucos de frutas e néctares						
Volume, milhões de litros*	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
Total	11	13	12	12	14	13,5%

## Suco de frutas (100% de teor de suco)

Total de sucos de frutas							
Total de sucos de frutas		5	5	5		1,5%	
Marca tradicional		5	6	4	4	4	0,6%
Marca própria		0,5	0,5	0,6	0,6	0,7	7,2%
Temperatura ambiente		5	6	4	4	4	1,1%
Refrigerado		0,2	0,3	0,4	0,4	0,4	5,1%
Reconstituído		6	6	5	5	5	1,5%
Not from concentrate		0	0	0	0	0	0,0%

## Néctares (25–99% de teor de suco)

Total de néctares							
Total de néctares		6	7	7	9	21,4%	
Marca tradicional		5	6	6	7	8	5,1%
Marca própria		0,4	0,7	0,9	1,1	1,2	14,8%

# Portugal

População: 10,6 milhões

Total de sucos de frutas e néctares						
Volume, milhões de litros*	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
Total	116	105	102	104	104	0,3%

## Suco de frutas (100% de teor de suco)

Total de sucos de frutas						
Total de sucos de frutas	27	24	23	20	19	-3,3%
Marca tradicional	12	9	8	8	8	-2,6%
Marca própria	15	15	14	12	12	-3,7%
Temperatura ambiente	24	22	21	18	18	-3,4%
Refrigerado	2	2	2	2	2	-2,0%
Reconstituído	24	22	21	18	18	-3,4%
Not from concentrate	2	2	2	2	2	-2,0%

## Néctares (25–99% de teor de suco)

Total de néctares						
Total de néctares	89	81	79	84	85	1,2%
Marca tradicional	63	56	52	56	58	4,3%
Marca própria	26	25	27	28	26	-5,2%

# Eslováquia

População: 5,4 milhões

Total de sucos de frutas e néctares						
Volume, milhões de litros*	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
Total	47	39	36	34	38	9,0%

## Suco de frutas (100% de teor de suco)

Total de sucos de frutas						
Total de sucos de frutas	27	21	20	19	22	17,4%
Marca própria	14	10	9	7	8	18,2%
Marca tradicional	14	11	12	12	15	16,9%
Temperatura ambiente	27	21	19	18	20	14,1%
Temperatura ambiente	0,2	0,7	0,9	1,3	2,1	61,5%
Temperatura ambiente	27	21	19	18	20	14,1%
Not from concentrate	0,4	0,7	0,9	1,3	2,1	61,5%

## Néctares (25–99% de teor de suco)

Total de néctares						
Total de néctares	20	18	16	15	15	-1,3%
Marca tradicional	13	12	11	11	11	3,7%
Marca própria	7	6	5	5	4	-13,3%

# Eslovênia

População: **2,1 milhões**

Total de sucos de frutas e néctares						
Volume, milhões de litros*	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
<b>Total</b>	<b>41</b>	<b>39</b>	<b>36</b>	<b>33</b>	<b>30</b>	<b>-9,2%</b>

## Suco de frutas (100% de teor de suco)

Total de sucos de frutas						
Volume, milhões de litros*	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>12</b>	<b>-5,4%</b>
Marca tradicional	7	6	6	5	5	1,9%
Marca própria	6	7	8	8	7	-10,4%
Temperatura ambiente	13	13	13	13	12	-5,4%
Reconstituído	13	13	13	13	12	-5,4%

## Néctares (25–99% de teor de suco)

Total de néctares						
Volume, milhões de litros*	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>26</b>	<b>23</b>	<b>20</b>	<b>17</b>	<b>-11,7%</b>
Marca tradicional	17	15	13	11	10	-9,7%
Marca própria	12	11	10	8	7	-14,3%

# Suíça

População: **8,2 milhões**

Total de sucos de frutas e néctares						
Volume, milhões de litros*	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
<b>Total</b>	<b>204</b>	<b>201</b>	<b>197</b>	<b>196</b>	<b>194</b>	<b>-1,2%</b>

## Suco de frutas (100% de teor de suco)

Total de sucos de frutas						
Volume, milhões de litros*	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
<b>Total</b>	<b>155</b>	<b>153</b>	<b>150</b>	<b>150</b>	<b>148</b>	<b>-1,3%</b>
Marca tradicional	85	83	79	78	77	-0,5%
Marca própria	70	70	72	72	70	-2,2%
Temperatura ambiente	141	138	134	133	131	-1,9%
Refrigerado	14	15	16	16	17	2,8%
Reconstituído	140	137	133	131	129	-1,8%
Not from concentrate	15	16	18	18	19	2,2%

## Néctares (25–99% de teor de suco)

Total de néctares						
Volume, milhões de litros*	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
<b>Total</b>	<b>49</b>	<b>49</b>	<b>47</b>	<b>46</b>	<b>46</b>	<b>-0,6%</b>
Marca tradicional	16	17	15	14	14	1,6%
Marca própria	33	32	32	32	32	-1,5%

# Turquia

População: **76,9 milhões**

Total de sucos de frutas e néctares						
Volume, milhões de litros*	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
<b>Total</b>	<b>624</b>	<b>678</b>	<b>632</b>	<b>658</b>	<b>705</b>	<b>7,1%</b>

## Suco de frutas (100% de teor de suco)

Total de sucos de frutas						
Volume, milhões de litros*	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>53</b>	<b>51</b>	<b>51</b>	<b>52</b>	<b>3,2%</b>
Marca tradicional	46	48	47	46	48	3,2%
Marca própria	4	5	5	4	5	3,4%
Temperatura ambiente	47	50	47	46	47	2,4%
Refrigerado	3	4	4	5	5	11,2%
Reconstituído	41	44	42	42	43	1,9%
Not from concentrate	10	10	9	9	10	9,7%

## Néctares (25–99% de teor de suco)

Total de néctares						
Volume, milhões de litros*	2010	2011	2012	2013	2014	Variação %
<b>Total</b>	<b>574</b>	<b>625</b>	<b>581</b>	<b>607</b>	<b>652</b>	<b>7,4%</b>
Marca tradicional	507	544	505	528	570	7,9%
Marca própria	67	80	76	79	82	4,0%

## Definições



### Suco de fruta e néctares

**Suco de frutas ou de verduras:** 100% natural, sem adição de ingredientes, exceto minerais e vitaminas permitidos para fins de fortificação e aditivos permitidos. Inclui os seguintes produtos: reconstituídos, não reconstituídos (*not from concentrate*), refrigerados, em temperatura ambiente, sucos concentrados congelados, smoothies. Exclui sucos gaseificados.

**Néctares:** 25–99% de teor de suco. Suco e polpa de frutas/verduras diluídos, aos quais agentes adoçantes (por exemplo, açúcar, mel, xaropes e/ou edulcorantes) precisam ser adicionados para fins de produção. Minerais e vitaminas permitidos para fins de fortificação e aditivos permitidos podem ser adicionados. Embora o teor de suco deva ser igual ou superior a 25% do volume, o teor de suco mínimo varia de acordo com a fruta em questão. Inclui os seguintes produtos: reconstituídos, não reconstituídos (*not from concentrate*), refrigerados, em temperatura ambiente e smoothies.

**Smoothies:** Compreendem purê de frutas misturadas e drinks de frutas com uma textura grossa, suave, algumas vezes incorporando um elemento lácteo (iogurte) e/ou elementos funcionais (por ex., aloe vera, ginkgo biloba, ginseng). Tanto produtos refrigerados quanto em temperatura ambiente podem ser encontrados. Inclui produtos embalados e produtos feitos sob encomenda para consumo no local. Categorizados sob as categorias de sucos e néctares, dependendo do teor de suco e/ou ingredientes. Inclui smoothies contendo menos de 50% de leite.

**Not from concentrate (NFC):** A fruta/verdura é espremida no país de origem, levemente pasteurizada e congelada ou embalada assepticamente para embarque para onde será vendida.

**Reconstituído (FC):** A fruta/legume é espremida e concentrada por meio da evaporação do conteúdo de água natural por evaporadores, antes de ser congelada e enviada para o país para uso em embalagens. O produto é então reconstituído para a sua concentração original por meio da adição da mesma quantidade de água.

**Suco natural espremido:** Suco espremido na hora, não pasteurizado, refrigerado com uma vida útil de alguns dias.

**Suco refrigerado:** Relaciona-se aos produtos que são distribuídos e vendidos por meio da cadeia de distribuição de produtos refrigerados. Esses produtos serão comercializados e posicionados como produtos refrigerados e, geralmente, serão percebidos pelos consumidores como necessitando de refrigeração (embora isso possa ou não ser tecnicamente necessário).

**Suco em temperatura ambiente:** Relaciona-se aos produtos que são distribuídos e vendidos por meio da cadeia de distribuição de produtos em temperatura ambiente. Observe que esses produtos podem ser colocados em câmaras de refrigeração no ponto de venda, por exemplo, em lojas de conveniência, porque os consumidores preferem comprar uma bebida refrigerada, mas não seriam normalmente vistos com a necessidade de ser refrigerados.

**Mix de sabores:** Nenhum sabor individual é percebido como dominante, por exemplo, misturas tropicais, frutas vermelhas, frutas do verão, coquetel, multifrutadas.

**Bebidas não gaseificadas:** Produtos prontos para beber não carbonatados, que podem ter sabor de frutas ou não e possuir um teor de suco de 0–24,9%. Açúcar, aromatizante artificial e corantes podem ser adicionados.

**Notas:** Os totais podem não bater devido a arredondamentos.

Em branco/0,0 indica dados não disponíveis ou com volume inferior a 0,05 milhões de litros ou zero.

**FJN:** Suco de fruta e néctares

## Metodologia do Relatório da AIJN

No setor de bebidas, a Canadean é reconhecida como a especialista em informações sobre bebidas e foi contratada para elaborar o Relatório de Mercado de Sucos de Frutas Europeu da AIJN de 2015.

Todos os dados e análises no relatório foram elaborados utilizando o banco de dados detalhados do mercado de bebidas da Canadean e nossos últimos relatórios analíticos Annual Market Insight e Quarterly Beverage Tracker.

O aspecto fundamental para a nossa metodologia é que atuamos em parceria com os fabricantes e seus fornecedores, permitindo que os nossos especialistas nos países realizem uma verificação cruzada e conciliem os volumes de consumo em toda a cadeia de valor.

### Agradecimentos

A Canadean gostaria de agradecer a AIJN e o setor de sucos e néctares europeu por sua ajuda e apoio durante o processo de pesquisa.

# Sobre a AIJN

A AIJN é a associação representante do setor de sucos de frutas na UE. Ela representa o setor dos processadores de frutas aos embaladores dos produtos para o consumidor. A fundação da AIJN remonta a 1958. O escritório da AIJN está situado no coração do quarteirão europeu de Bruxelas.

## Principais metas e objetivos da AIJN

- 1. Representar** os interesses e promover a imagem do setor de frutas e verduras europeu em todos os seus contatos com as Instituições da UE e outras organizações e *stakeholders* relevantes;
- 2. Apoiar e fazer lobby** em favor das Instituições da União Europeia em todos os aspectos da política e legislação que afetam a produção, marketing, vendas e comércio de sucos e néctares de frutas na UE;
- 3. Defender e promover** os sucos como produtos nutritivos que fazem parte integrante de uma dieta saudável, por meio da Campanha de Marketing de Sucos da AIJN;
- 4. Incentivar e apoiar**, por meio da Plataforma de CSR de Sucos de Frutas, empresas de sucos para integrar a responsabilidade social corporativa em todas as fases da sua cadeia de suprimentos;
- 5. Fornecer**, em colaboração com o Sistema Europeu de Controle de Qualidade (EQCS), mecanismos e instrumentos que garantam produtos seguros e legítimos para manter e aumentar a confiança dos consumidores na imagem boa e saudável de sucos e néctares de frutas e verduras;
- 6. Informar e assessorar** a indústria de suco de frutas em todos os aspectos da legislação europeia que possam afetar os seus negócios;
- 7. Fazer a ligação** com os interesses nacionais, regionais e mundiais que representam o setor de sucos de frutas para promover e atingir os objetivos globais da AIJN.

## Filiação

A filiação à AIJN abrange associações nacionais de sucos de frutas de 16 Estados-membro e de dois países que solicitaram filiação à UE. Para mais informações sobre os benefícios da associação, visite [www.aijn.org](http://www.aijn.org)

## Conselho Executivo da AIJN

**Presidente**, Marjan Skotnicki-Hoogland, Diretor Gerente, FrieslandCampina Riedel B.V., Holanda  
**1º Vice-Presidente**, Jörgen Dirksen, CEO, Rynkeby Foods A/S, Dinamarca  
**2º Vice-Presidente**, Angel Sanchez, Diretor Geral, Conserve Italia, Itália  
**Membros**, Bruno Thévenin, CEO da PepsiCo, França; Thomas MERTENS, Diretor Gerente de Cadeia de Suprimentos, Wesergold Getränkeindustrie GmbH & Co. KG, Alemanha; Piotr Podoba, CEO, Döhler Sp. z o.o., Polônia; Wolfgang Schwald, Gerente Geral de Processamento e Vendas de Frutas, Rauch Fruchtsäfte GmbH & Co OG, Áustria; Bruno Van Gompel, Diretor Técnico da Coca-Cola, Europa Ocidental, Bélgica; Helmuth Brandstatter, CEO da Zipperle AG, Itália; José Jordão, Diretor Executivo, Sumol+Compal, Portugal; David Santo, Diretor Gerente, Refresco Gerber UK Limited, Reino Unido.

## Membros das Associações Nacionais da AIJN

**Áustria**: Verband der Österreichischen Fruchtsaft – und Fruchtsirupindustrie  
**Bélgica**: AJUNEC  
**Chipre**: The Cyprus Cannery & Fruit Juice Manufacturers Association  
**Dinamarca**: Danish Fruit Juice and Jam Industries  
**Finlândia**: Juice and Preserves Industries' Association  
**França**: Union Nationale des Producteurs de Jus de Fruits (UNIJUS)  
**Alemanha**: Verband der Deutschen Fruchtsaft-Industrie e.V. (VDF)  
**Grécia**: Biofresh SA  
**Irlanda**: Irish Beverage Council  
**Itália**: A.I.I.P.A., Conserve Italia Scarl, Federvini  
**Holanda**: FWS  
**Polônia**: Polish Association of Juice Producers (KUPS)  
**Portugal**: Sumol-Compal  
**Espanha**: ASOZUMOS  
**Suécia**: Swedish Juice Association  
**Reino Unido**: British Soft Drinks Association Ltd  
**Sérvia**: Serbian Fruit Juice Producers Association (SFJPA)  
**Turquia**: Turkish Fruit Juice Industry Association (MEYED)

Além disso, há uma longa lista de **Membros observadores** que são associações nacionais de países não europeus, empresas individuais, que são fornecedoras de matérias-primas, materiais de embalagem, equipamentos, ingredientes ou auxiliares de processamento para o setor de sucos de frutas e verduras da UE e/ou associações que representam esses fornecedores. Membros observadores atuais:





**ASSOCIAÇÃO  
EUROPEIA DE SUCOS DE FRUTAS**

**Associação Europeia de Sucos de Frutas**

Rue de la Loi 221, Box 5, B-1040 Brussels

Tel: +32 (0)2 235.06.20

Fax: +32 (0)2 282.94.20

E-mail: [aijn@aijn.org](mailto:aijn@aijn.org)

[www.aijn.org](http://www.aijn.org)