

#CatalanFood Trade

Informació de mercats, economia i empresa pel sector de l'alimentació

10# Maig 2025

El mercat de l'alimentació a **ARÀBIA SAUDITA**

L'Aràbia Saudita és un mercat estratègic en plena transformació, impulsat pel pla *Saudi Vision 2030*, que promou la diversificació econòmica i la modernització del país. Amb una població de més de 34,5 milions d'habitants i una dependència estructural de les importacions alimentàries, ofereix oportunitats creixents per a productes internacionals, especialment en segments com el gourmet, l'ecològic o l'alimentació saludable i funcional.

Explorem les dinàmiques de consum, els canals de distribució i els requisits d'entrada d'aquest mercat en expansió. A més, identifiquem les àrees clau per a les empreses catalanes i proposem estratègies concretes per aprofitar les oportunitats que ofereix un entorn cada cop més exigent i sofisticat.

1. CONTEXT DEMOGRÀFIC	3
2. ECONOMIA I FINANCES	5
3. EXPORTACIONS AGROALIMENTÀRIES CATALANES	7
4. IMPORTACIONS AGROALIMENTÀRIES	9
5. CONSUM DE PRODUCTES ALIMENTARIS	14
6. TENDÈNCIES DE CONSUM	16
7. CARACTERÍSTIQUES DE LA DISTRIBUCIÓ	18
8. REQUISITS D'ENTRADA DE PRODUCTES AGROALIMENTARIS	21
9. NORMATIVA ALIMENTÀRIA EN COMERCIALITZACIÓ	24
10. PRINCIPALS ESDEVENIMENTS DEL SECTOR	27
11. COL·LABORACIONS INTERNACIONALS	30
12. FER NEGOCIS A L'ARÀBIA SAUDITA	32
13. OPORTUNITATS PEL SECTOR AGROALIMENTARI CATALÀ	33
14. ARÀBIA SAUDITA EN XIFRES – RESUM	34

1. CONTEXT DEMOGRÀFIC

L'Àrabia Saudita compta amb una població estimada de **34,5 milions d'habitants** (2025), amb un creixement demogràfic moderat però sostingut. Es tracta d'una **població marcadament jove**, amb més del 63% dels ciutadans menors de 30 anys, fet que configura una demanda interna dinàmica i amb canvis en els hàbits de consum. Tot i que el país ha experimentat una reducció del creixement natural en els darrers anys, l'esperança de vida ha augmentat progressivament, situant-se actualment al voltant dels 75 anys, com a resultat de millores sanitàries i socials. **Aquest perfil demogràfic presenta reptes i oportunitats** en àmbits com la formació, l'ocupació, la salut i el consum alimentari.

Pel que fa a la composició, **gairebé un terç de la població són expatriats**, principalment d'Àsia del Sud, Sud-est Asiàtic, el Pròxim Orient i també d'Occident, fet que genera un mosaic cultural i de consums molt diversificat. Les unitats familiars solen ser nombroses, amb un model familiar tradicional extens, tot i que les llars urbanes més petites són cada cop més comunes. **El nombre mitjà de membres per llar se situa entre 5 i 6 persones**, encara que a les ciutats grans com Riad o Jiddah es detecta una tendència creixent cap a llars nuclears i consum individualitzat, especialment entre la població jove. Aquesta estructura demogràfica i social influeix directament en el tipus, la quantitat i la presentació dels productes agroalimentaris consumits al país.

Regions econòmiques

L'Àrabia Saudita està administrativament dividida en 13 regions (manātiq), cadascuna governada per un emirat provincial nomenat pel rei. No obstant això, a nivell econòmic, el Regne ha adoptat una estratègia de desenvolupament territorial més funcional, basada en clústers sectorials i zones especials, en el marc de la **Saudi Vision 2030**, que té com a objectiu diversificar l'economia i reduir la dependència del petroli.

Principals àrees econòmiques d'interès per al sector agroalimentari

1. Regió de Riad (Al-Riyadh)

- És la capital administrativa i política del Regne. Amb més de 7 milions d'habitants, concentra bona part del consum nacional, especialment en productes importats de gamma mitjana i alta.
- Acull el **Riyadh International Convention & Exhibition Center (RICEC)**, seu de les principals fires internacionals com el *Saudi Food Show* o *Foodex Saudi*.
- A nivell logístic, compta amb el **King Khalid International Airport**, que facilita la distribució de productes per via aèria, i connectivitat terrestre estratègica amb la resta del país.

2. Província Oriental (Ash-Sharqiyah)

- Ciutats com **Dammam**, **Khobar** i **Jubail** tenen un pes rellevant com a porta d'entrada marítima per a les importacions alimentàries, a través del **Port King Abdulaziz**.
- Jubail, a més, forma part del **National Industrial Development and Logistics Program (NIDLP)**, amb infraestructures logístiques d'alt nivell i zones industrials que fomenten la transformació agroalimentària i la logística de fred.
- El mercat de consum s'enfoca sobretot al segment de treballadors estrangers i classes mitjanes amb poder adquisitiu mitjà-alt.

3. Regió de la Meca (Makkah), especialment Jeddah

- Jeddah és la ciutat més oberta comercialment i culturalment del país. El **Port Islàmic de Jeddah** canalitza més del 65% de les importacions no petrolieres, incloses les alimentàries.
- Hi trobem centres de distribució i magatzems frigorífics claus per a l'entrada de productes agroalimentaris importats.
- És també una ciutat amb una forta influència d'expatriats, especialment d'origen asiàtic, la qual cosa condiona la demanda de determinats productes.

4. Regió del Mar Roig i projectes estratègics (NEOM, Red Sea Project, AMAALA)

- Aquesta zona està experimentant un desenvolupament accelerat com a pol turístic i logístic.
- El projecte **NEOM**, amb una inversió prevista de més de 500.000 milions de dòlars, inclou una ciutat alimentada 100% per energia renovable, zones agrícoles verticals i un ecosistema altament tecnificat, amb gran demanda de **food tech**, productes orgànics i sostenibles.
- **The Red Sea Project**, per la seva banda, desenvolupa una àmplia xarxa hotelera d'alt standing que consumirà productes gourmet i exclusius.

5. Zones econòmiques especials i clústers agroindustrials

El govern saudita ha creat zones franques i clústers destinats a atraure inversió estrangera directa en sectors com la indústria alimentària. Destaquen:

- **King Abdullah Economic City (KAEC)**, al nord de Jeddah, amb accés directe al port de *King Abdullah*, especialitzada en manufactura i distribució.
- **Riyadh Integrated Industrial City** i altres ciutats industrials gestionades per la *Saudi Authority for Industrial Cities and Technology Zones (MODON)*, que inclouen parcs logístics amb facilitats per a la manipulació alimentària, emmagatzematge frigorífic i processos de reexportació.

Conclusió

La distribució geoeconòmica del territori saudita exigeix una **estratègia d'entrada segmentada**. Per a productes de consum massiu, el focus ha d'estar a Riad i Jeddah. Per a productes gourmet o d'alt valor afegit, les zones hoteleres i turístiques del Mar Roig seran clau. La capacitat logística i la presència d'importadors en aquestes regions determina el cost i la viabilitat de la distribució.

2. ECONOMIA I FINANCES

L'Aràbia Saudita posseeix una de les economies més grans de l'Orient Mitjà, amb un Producte Interior Brut (PIB) que va assolir els 1.003.053 milions d'euros el 2024, situant-se com la 19a economia mundial i amb un PIB per càpita de 28.415 €.

Indicadors recents: PIB, creixement i inflació

El PIB saudita va créixer un 1,3% el 2024, impulsat per l'activitat no petroliera (+4,3%), mentre el sector petrolier es va contreure. L'economia manté una inflació baixa (1,7%) gràcies a la política monetària estricta i al control de preus. L'estabilitat macroeconòmica afavoreix la inversió estrangera en un context de transició econòmica.

Indicadors recents: PIB, creixement i inflació

L'Aràbia Saudita manté una posició destacada a la regió de l'Orient Mitjà, amb un PIB que va créixer un 1,3% l'any 2024. Aquesta evolució es va veure impulsada per un fort dinamisme del sector no petrolier, que va registrar un increment del 4,3%, mentre que la producció de petroli va disminuir com a resultat de les limitacions voluntàries d'oferta. L'economia saudita es caracteritza per una inflació relativament baixa, al voltant de l'1,7%, gràcies a una política monetària prudent i al control de preus en productes essencials. Aquestes condicions contribueixen a generar un entorn estable i previsible per a la inversió estrangera.

Diversificació econòmica i Visió 2030

L'estratègia Visió 2030 marca el full de ruta del procés de transformació econòmica que viu el país. Aquest pla busca reduir la dependència del petroli i potenciar el desenvolupament de sectors alternatius, com ara la salut, el turisme, l'educació, la logística o la indústria agroalimentària. El Fons Públic d'Inversió (PIF) és un instrument clau per canalitzar inversions estratègiques, tant a nivell nacional com internacional. Actualment, el sector no petrolier ja representa prop de la meitat del PIB, en una transició clara cap a una economia més diversa i sostenible.

Sectors no petrolífers en desenvolupament

El sector salut està experimentant una ampliació significativa de les infraestructures hospitalàries, amb una aposta decidida per la col·laboració públic-privada. Pel que fa al turisme, l'obertura del país a visitants internacionals i la construcció de mega-projectes com NEOM o el Red Sea Project estan convertint el Regne en una destinació emergent. El sector agroalimentari rep un impuls específic, amb inversions en producció local tecnificada i una forta demanda d'importacions, especialment en productes de qualitat. La logística, finalment, juga un paper central, amb inversions en ports, aeroports i zones econòmiques especials que volen posicionar l'Aràbia Saudita com a hub regional.

Política fiscal i monetària

En l'àmbit fiscal, destaca la introducció de l'IVA, que va passar del 5% al 15% per reforçar els ingressos no petrolífers. El govern ha mantingut el dèficit fiscal sota control i el deute públic es manté en nivells moderats. El riyal saudita està ancorat al dòlar nord-americà (3,75 SAR/USD), fet que garanteix estabilitat canviària. Aquestes polítiques afavoreixen un entorn estable per al desenvolupament empresarial i la confiança inversora.

Context geopolític i comercial internacional

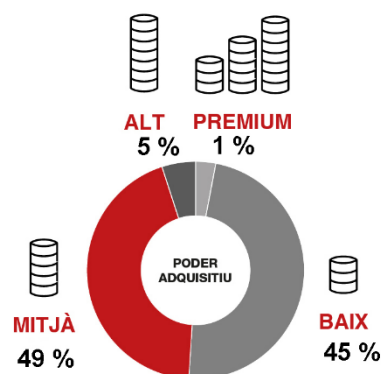
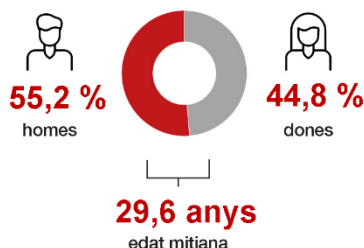
L'Aràbia Saudita ha reforçat el seu paper internacional amb una política exterior més oberta i pragmàtica. S'ha restablert el diàleg amb l'Iran i s'han normalitzat relacions amb veïns com Qatar i Turquia. El país manté aliances estratègiques amb els Estats Units i ha ampliat la cooperació amb la Xina i altres membres dels BRICS. Aquest context de major estabilitat regional afavoreix la inversió i el comerç internacional.

Clima d'inversió i oportunitats per a empreses estrangeres

L'entorn d'inversió a l'Aràbia Saudita ha millorat notablement amb la implementació de reformes legals i econòmiques derivades de la Visió 2030. Actualment, les empreses estrangeres poden operar amb un grau més alt d'autonomia, amb la possibilitat de tenir el 100% de la propietat en diversos sectors. El govern promou activament la instal·lació de seus regionals al país, especialment a Riad i a les zones econòmiques especials. Aquesta aposta per la captació de capital internacional es veu reforçada per una infraestructura moderna, un sistema fiscal simplificat i un marc legal més transparent.

Per a les empreses catalanes del sector agroalimentari, aquest entorn ofereix múltiples possibilitats. La creixent demanda de productes de qualitat i la dependència estructural d'importacions obren espai per a la introducció de productes fine food, conserves, snacks, oli d'oliva, làctics, entre d'altres. A més, la presència de canals moderns de distribució, com supermercats i cadenes gourmet, facilita l'accés al consumidor final. També existeixen oportunitats en col·laboracions industrials o tecnològiques en transformació agroalimentària, logística de fred o serveis vinculats al sector Horeca. En conjunt, l'Aràbia Saudita es presenta com un mercat estratègic, exigent però amb gran potencial, que pot esdevenir clau en l'estratègia d'internacionalització de les empreses catalanes.

DADES DEMOGRÀFIQUES I CONSUM ALIMENTARI

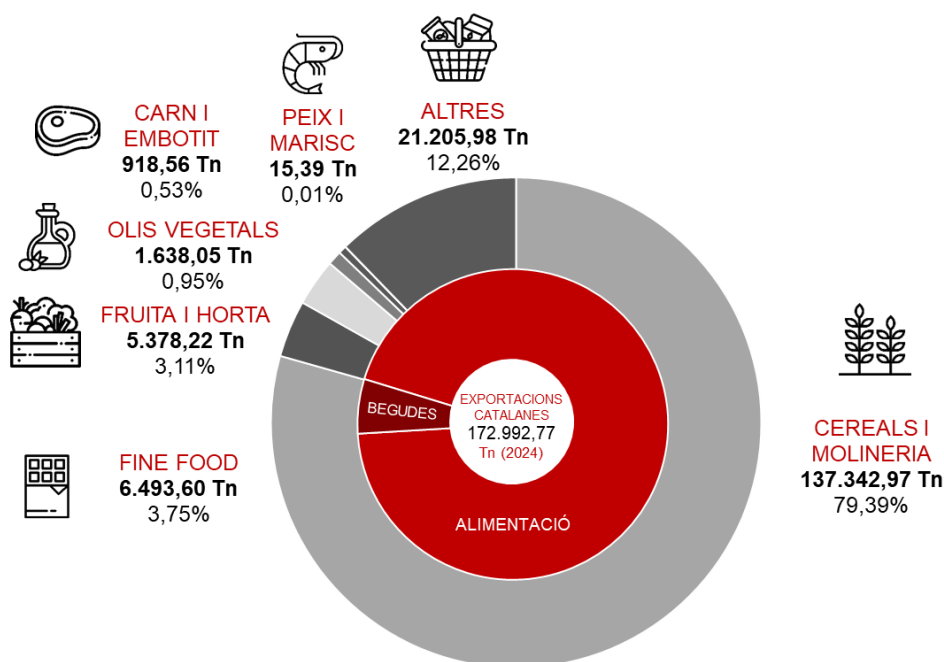


FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades de WorldBank, i d'Euromonitor International Ltd.

3. EXPORTACIONS AGROALIMENTÀRIES CATALANES A L'ARÀBIA SAUDITA

Aràbia Saudita és el 24è destí mundial de les exportacions agroalimentàries catalanes i el 10è de fora de la UE amb 107,61M€ exportats l'any 2024. L'evolució de les exportacions al país ha estat favorable: en els últims cinc anys el valor ha crescut en un (26,80%) i el volum ha incrementat un 143,25%, el que representa un increment anual del 5,4% en volum i del 4,1% en valor.

En volum, Catalunya exporta a Aràbia Saudita més de **172.992 tones d'aliments i begudes** anualment.



FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades d'AEAT.

El principal producte exportat per Catalunya a aquest mercat, en volum, són els cereals i molinaria amb el 79,39%. Segueixen els productes **Fine Food amb un 3,75%**. Hi destaquen els extractes, essències i ingredients 22% de la categoria; els snacks i aperitius, productes de fleca i pastisseria, productes base de cereals 20,6%; els sucus vegetals, aigües, cerveses, begudes i líquats amb el 19%; els plats preparats, brous, conserves, confitures i mermelades, amb 14,2%; els dolços, cacau i les seves preparacions, articles de confiteria, mel, cafè, te, infusions amb un 15,1%; els formatges, productes làctics i ous amb un 2,9%.

La fruita i horta representa un 3,11% del volum exportat per Catalunya. Les principals fruites exportades són: cítrics (48,4% del total de fruita), les peres (45%) i les pomes (3,1%). Els olis vegetals representen el 0,95%, on l'oli d'oliva hi contribueix amb un 0,2% dins la categoria.

La carn i productes carnis suposen el 0,53% del volum total. Per la seva banda, el peix i marisc únicament un 0,01%.

Pel que fa al nombre d'empreses agroalimentàries de Catalunya que exporten a Aràbia Saudita, actualment hi exporten un total de 180 (xifra que s'ha incrementat en un +7,2% anual en els passats cinc anys computant un creixement conjunt de 36%). D'aquestes, **79 empreses ho fan de manera regular** (aquelles que porten 4 anys consecutius exportant-hi sense interrupció), una xifra que ha incrementat anualment un (1,7%) en els últims cinc anys i en conjunt un 8,4%.



FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades de Datacomex i AEAT.

EXPORTACIONS AGROALIMENTÀRIES DE CATALUNYA A L'ARÀBIA SAUDITA

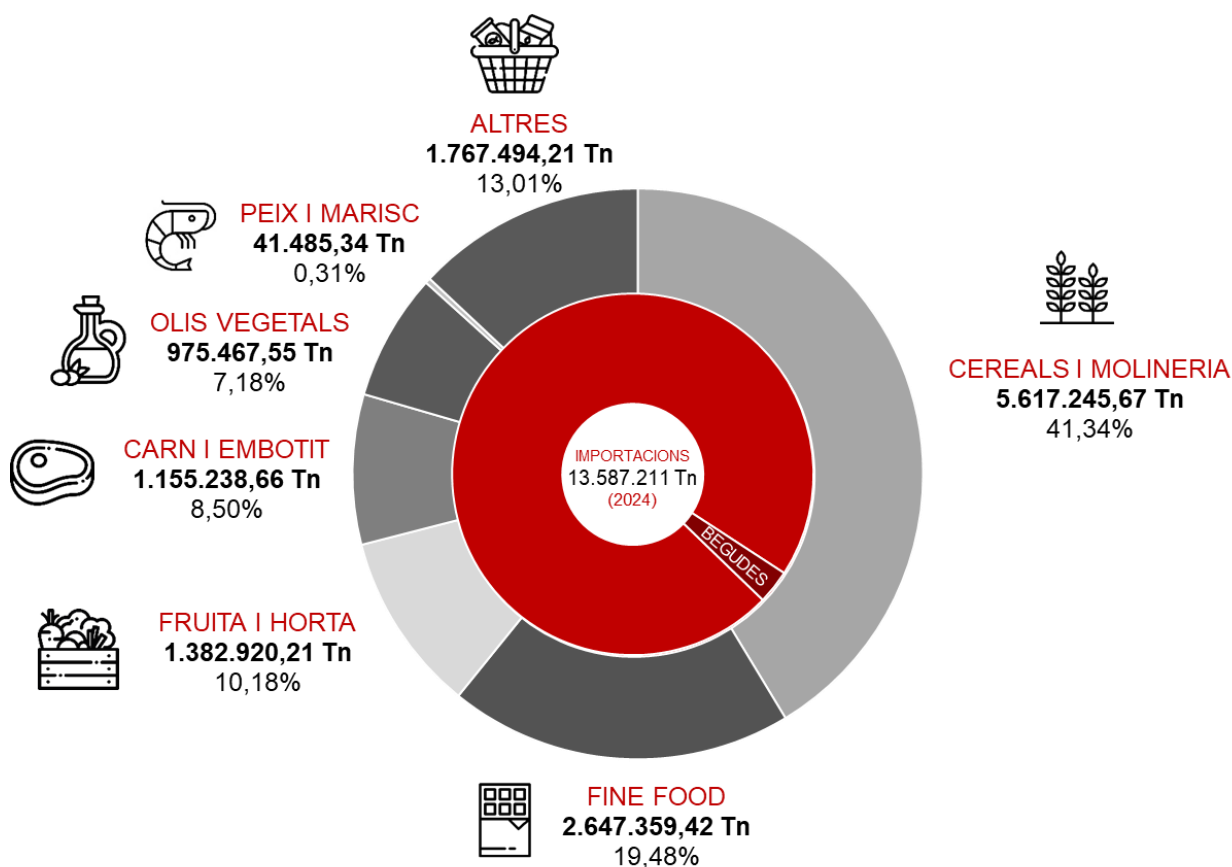
Aràbia Saudita	IMPORTACIONS DE CATALUNYA (en tones)	PERCENTATGE PRODUCTE SOBRE TOTAL IMPORTAT DE CATALUNYA (en volum)	PERCENTATGE PRODUCTE DE CATALUNYA SOBRE TOTAL MUNDIAL IMPORTAT (en volum)	PERCENTATGE IMPORTAT CATALUNYA SOBRE CONSUMIT (en volum)
CARN I EMBOTITS	918,56	0,53%	0,08%	0,05%
Carn	141,29	0,08%	0,02%	0,01%
Embotits i elaborats	2,80	0,00%	0,01%	0,00%
FINE FOOD - MULTIPRODUCTE	6.493,60	3,75%	0,25%	0,12%
Dolços, cacau i les seves preparacions, articles de confiteria, mel, cafè, te, infusions	979,76	0,57%	0,09%	1,65%
Snacks i aperitius, productes de fleca i pastisseria, productes base de cereals, fruits secs, arròs i llegums	1.335,72	0,77%	0,46%	0,03%
Sucs vegetals, aigües, cerveses, begudes i líquids	1.236,12	0,71%	0,91%	10592,86%
Extractes, essències i concentrats, ingredients, preparacions per sopes	1.431,51	0,83%	0,84%	4,56%
Formatges, productes làctics i ous	189,67	0,11%	0,07%	#DIV/0!
Plats preparats, brous, conserves, confitures i mermelades	923,89	0,53%	0,15%	0,63%
Altres (vinagres, gelats,...)	396,94	0,23%	1,29%	0,88%
FRUITA I HORTA	5.378,22	3,11%	0,39%	0,15%
Fruita	4.716,03	2,73%	0,50%	0,35%
Pomes	147,76	0,09%	0,15%	0,12%
Peres	2.122,57	1,23%	29,39%	11,29%
Nectarines i Préssecs	18,69	0,01%	0,15%	0,10%
Cítrics	2.282,05	1,32%	0,75%	0,45%
Horta	662,19	0,38%	0,15%	0,03%
OLIS VEGETALS	1.638,05	0,95%	0,17%	0,09%
Oli d'oliva	2,68	0,00%	0,00%	0,00%
CEREALS I MOLINERIA	137.342,97	79,39%	2,45%	4,86%
PEIX I MARISC	15,39	0,01%	0,04%	0,01%
Peix	9,42	0,01%	0,03%	0,00%
Marisc	5,97	0,00%	0,34%	0,02%
ALTRES	21.205,98	12,26%	1,20%	1,18%
TOTAL	172.992,77	100,00%	1,27%	1,00%

FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades d'AEAT i d'UN Comtrade.

4. IMPORTACIONS AGROALIMENTÀRIES

L'Àràbia Saudita és el **17è major importador mundial d'aliments i begudes**. Depèn fortament de les importacions per abastir la demanda interna de productes agroalimentaris, a causa de les limitacions naturals per a la producció local (clima àrid i escassetat d'aigua al país). Es calcula que prop del **80%** dels aliments consumits a l'Àràbia Saudita són d'origen importat. En conseqüència, el volum d'importacions agroalimentàries saudites és molt elevat, assolint les **13.587.211 Tones** l'any 2024, per un valor de **28.181M€**. El país manté un dèficit comercial agroalimentari estructural (importa molt més del que exporta en aquest sector) i té com a principals proveïdors el **Brasil** i l'**Índia**, seguits pels **Estats Units** i altres orígens segons la categoria de producte.

IMPORTACIONS AGROALIMENTÀRIES A L'ÀRÀBIA SAUDITA (en VOLUM)



FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades d'UN Comtrade.

Els cereals i productes de la molinaria són una part crucial de les importacions saudites i que representen un 41,35% del total importat donat que no és autosuficient en la producció. Destaquen el blat (sobretot blat dur, proveït principalment per països com Rússia i altres de l'Europa oriental). També s'importen quantitats importants d'ordi (utilitzat en alimentació ramadera, originari sobretot d'Austràlia i Rússia) i de blat de moro (amb subministraments de Brasil, Argentina i EUA), ja que la producció interna d'aquests grans és molt limitada o inexistent.

Seguidament trobem els **productes Fine Food** amb un 19,48% (especialment dolços, cacau i confiteria amb un 42,85% del total de la categoria; plats preparats amb un 23,60%, formatges i productes làctics (9,80%); extractes, essències i concentrats, ingredients (6,47%); sucres i begudes amb un 5,12%). Aquests productes suposen una part significativa de les importacions agroalimentàries saudites. Un proveïdor clau en aquest segment és Irlanda, que aporta més d'un terç d'aquestes importacions, seguida per altres països europeus (Alemanya, Espanya, França) i regionals. En general, l'Àrab Saudita compra productes *Fine Food* a una àmplia gamma de països: a banda d'Europa, també Egipte i els Emirats Àrabs Units (dins la regió de l'Orient Mitjà) són origen important de conserves i preparats, així com Brasil i EUA en determinats productes. Aquesta diversificació de proveïdors li permet abastir el seu mercat de consum amb tota mena de productes alimentaris elaborats que no es produeixen localment en quantitat suficient. El mercat depèn de l'arròs importat (majoritàriament de l'Índia). Alhora, també continua sent dependent de les importacions de làctics (llet en pols, formatge i mantega) que importa majoritàriament de la Unió Europea (per exemple, formatges de Dinamarca o Polònia) i també de països exportadors com Nova Zelanda (principal proveïdor de llet en pols i mantega). Cal assenyalar que s'ha assolit recentment l'autosuficiència en llet fresca i ous, reduint la necessitat d'importar lactis bàsics frescos, però el mercat saudita continua demandant lactis importats en segments com el formatge i preparats infantils.

La fruita i horta importada representa el 10,18% del total. Destaca la importació de cítrics amb un terç del total (32,25%), les pomes (10,80%) i en menor mesura les cireres (1,73%), els préssecs i nectarines (1,29%), les peres (0,77%) i els albercocs (0,40%). La resta (47%) se centra majoritàriament en fruites "tropicals" (plàtans i pinyes).

La carn i embotits, que representen el 8,50% del total d'aliments i begudes importats, se centra en l'aviram (54,85% de les compres d'aquesta categoria), el boví (9,85%); l'oví i cabrum (2,37%) i els embotits un 4,41%. La demanda de carn halal d'alt valor afegit és creixent, especialment en segments urbans i d'alt poder adquisitiu, així com en l'àmbit de la restauració moderna i l'hoteleria de qualitat. Tot i que el país disposa de producció pròpia d'aviram i en part d'oví, continua essent un dels majors importadors mundials de carn halal, tant per consum domèstic com per a l'ús en el canal HORECA. El vacum importat, especialment de talls seleccionats i productes elaborats com hamburgueses, embotits o marinats Premium, presenta bones oportunitats si s'acompleixen els requisits religiosos i sanitaris. La gamma d'aus criades amb estàndards de benestar animal, alimentació diferenciada o qualitat gustativa superior també desperta interès, en especial entre cadenes de restauració moderna o supermercats de gamma mitjana-alta. Els consumidors saudites valoren cada cop més l'origen del producte, l'alimentació de l'animal i el procés de sacrifici.

Els **olis vegetals** amb l'7,18% del total importat en agroalimentació, especialment l'oli de palma amb gairebé el 75% i altres oles com el de gira-sol 15,23% (proveït per Ucraïna i Rússia) i l'oli d'oliva suposa l'11,48% de la categoria. En menor mesura, oli de soja, blat de moro o oliva, atès que la producció domèstica d'olis és gairebé nul·la.

Tanca el consum la categoria de **peix i marisc** el 0,31% del total importat.

IMPORTACIONS AGROALIMENTÀRIES A L'ÀRÀBIA SAUDITA (en VOLUM)

Àràbia Saudita	IMPORTACIONS MUNDIALS DEL MERCAT (en tones)	PERCENTATGE PRODUCTE SOBRE TOTAL MUNDIAL IMPORTAT (en volum)
CARN I EMBOTITS	1.155.238,66	8,50%
Carn	792.524,00	5,83%
Boví	113.745,16	0,84%
Porcí	0,00	0,00%
Oví i Cabrum	27.399,38	0,20%
Aus	633.647,47	4,66%
Embotits i elaborats	50.939,70	0,37%
FINE FOOD - MULTIPRODUCTE	2.647.359,42	19,48%
Dolços, cacau i les seves preparacions, articles de confiteria, mel, cafè, te, infusions	1.134.321,54	8,35%
Snacks i aperitius, productes de fleca i pastisseria, productes base de cereals, fruits secs, arròs i llegums	291.132,60	2,14%
Sucs vegetals, aigües, cerveses, begudes i líquats	135.561,39	1,00%
Extractes, essències i concentrats, ingredients, preparacions per sopes	171.338,60	1,26%
Formatges, productes làctics i ous	259.400,79	1,91%
Plats preparats, brous, conserves, confitures i mermelades	624.841,57	4,60%
Altres (vinagres, gelats,...)	30.762,94	0,23%
FRUITA I HORTA	1.382.920,21	10,18%
Fruita	942.291,97	6,94%
Pomes	101.751,56	0,75%
Peres	7.220,90	0,05%
Albercocs	3.791,67	0,03%
Cireres	16.321,36	0,12%
Nectarines i Préssecs	12.157,92	0,09%
Cítrics	303.882,78	2,24%
Horta	440.628,24	3,24%
OLIS VEGETALS	975.467,55	7,18%
Oli d'oliva	115.535,85	0,85%
VI I CAVA	0,00	0,00%
Vi de taula	0,00	0,00%
Escumós	0,00	0,00%
Cava	0,00	0,00%
Altres	0,00	0,00%
CEREALS I MOLINERIA	5.617.245,67	41,34%
PEIX I MARISC	41.485,34	0,31%
Peix	34.801,45	0,26%
Marisc	1.760,40	0,01%
ALTRES	1.767.494,21	13,01%
TOTAL	13.587.211,05	100,00%

FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades d'UN Comtrade.

IMPORTACIONS AGROALIMENTÀRIES A L'ÀRÀBIA SAUDITA (en VALOR)

Àràbia Saudita	IMPORTACIONS MUNDIALS DEL MERCAT (en Milions d'Euros)	PERCENTATGE PRODUCTE SOBRE TOTAL MUNDIAL IMPORTAT (en Valor)
CARN I EMBOTITS	2.710,78	9,62%
Carn	2.406,31	8,54%
Boví	841,10	2,98%
Oví i Cabrum	195,29	0,69%
Aus	1.323,29	4,70%
Embotits i elaborats	304,47	1,08%
FINE FOOD - MULTIPRODUCTE	12.265,81	43,53%
Dolços, cacau i les seves preparacions, articles de confiteria, mel, cafè, tè, infusions	3.429,60	12,17%
Snacks i aperitius, productes de fleca i pastisseria, productes base de cereals, fruits secs, arròs i llegums	1.528,73	5,42%
Sucs vegetals, aigües, cerveses, begudes i líquats	558,10	1,98%
Extractes, essències i concentrats, ingredients, preparacions per sopes	1.533,12	5,44%
Formatges, productes làctics i ous	2.447,35	8,68%
Plats preparats, brous, conserves, confitures i mermelades	1.483,37	5,26%
Altres (vinagres, gelats,...)	1.285,54	4,56%
FRUITA I HORTA	2.256,69	8,01%
Fruita	1.500,65	5,33%
Pomes	198,84	0,71%
Peres	31,48	0,11%
Albercocs	8,16	0,03%
Cireres	6,69	0,02%
Nectarines i Préssecs	64,28	0,23%
Cítrics	374,62	1,33%
Horta	756,04	2,68%
OLIS VEGETALS	1.404,20	4,98%
Oli d'oliva	121,31	0,43%
CEREALS I MOLINERIA	6.772,68	24,03%
PEIX I MARISC	428,91	1,52%
Peix	343,15	1,22%
Marisc	75,89	0,27%
ALTRES	2.341,92	8,31%
TOTAL	28.180,99	100,00%

FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades d'UN Comtrade.

PRINCIPALS SOCIS COMERCIALS AGROALIMENTARIS DE L'ARÀBIA SAUDITA

Aràbia Saudita mporta aliments i begudes de 158 mercats mundials, si bé els principals proveïdors d'aquest tipus de productes són: Brasil (11,40% del total d'aliments importats), Índia (7,97%), Estats Units (6,04%), Rússia (4,60%) i Emirats Àrabs (4,57%). En conjunt, els 20 principals mercats representen pràcticament el 71% del total d'aliments que importa el país.

TOP 20 PROVEÏDORS AGROALIMENTARIS DEL JAPÓ		PERCENTATGE SOBRE TOTAL D'ALIMENTS IMPORTATS
1	Brasil	11,40%
2	Índia	7,97%
3	EUA	6,04%
4	Federació Russa	4,60%
5	Unió dels Emirats Àrabs	4,57%
6	Egipte	3,18%
7	Austràlia	2,87%
8	Sudan	2,83%
9	Argentina	2,73%
10	Països Baixos	2,60%
11	Nova Zelanda	2,52%
12	Polònia	2,43%
13	Indonèsia	2,43%
14	Espanya	2,41%
15	Malàisia	2,25%
16	Irlanda	2,14%
17	Alemanya	2,01%
18	Itàlia	1,97%
19	França	1,92%
20	Xina	1,85%
	Altres (138 països)	29,27%

FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades d'UN Comtrade.

5. CONSUM DE PRODUCTES ALIMENTARIS

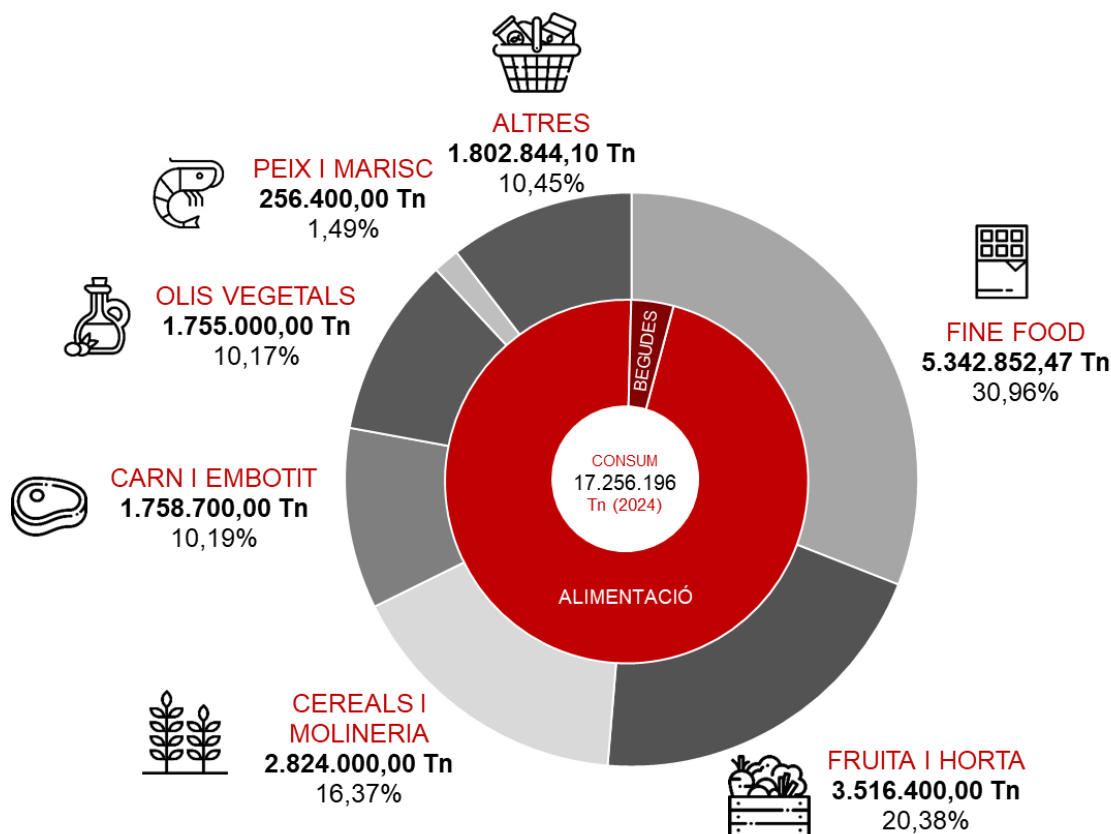
Aràbia Saudita és el 24è consumidor mundial d'aliments i begudes, amb el 0,9% del total, sent els més consumits en volum els productes Fine Food, amb un 30,96% del total.

El valor del consum d'aliments i begudes al Japó va ser de més de 82.418 milions d'euros el 2024, i s'espera un creixement imponent del 7,3% anual en els propers cinc anys. Aràbia Saudita representa un mercat **atractiu per a la indústria alimentària, amb una despesa mitjana en queviures significativa del 20% per llar, i un alt interès per productes de qualitat, frescos i saludables.**

El consum en volum s'estima en 17.256.196 Tones anuals d'aliments i begudes, abm un predomini de la categoria *Fine Food* (30,96% del total consumit), on destaquen les subcategories: Snacks i aperitius, productes de fleca i pastisseria, productes base de cereals, fruits secs, arròs i llegums (94,70% de la categoria) i els plats preparats i les conserves (2,75%).

Segueixen la fruita i horta amb el 20,38% i els cereals i productes de la molinaria 16,37%. Per la seva banda, la carn i embotits en el seu conjunt representa un 10,19% (79,78% d'au, 2,63% boví (8,28%), oví i cabrum 7,84% i embotits i elaborats 6,37%). Olis vegetals 10,17% (oli d'oliva 7,52% dels olis vegetals) i finalment el peix i marisc amb l'1,49%.

CONSUM D'ALIMENTS A L'ARÀBIA SAUDITA



FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades d'Euromonitor International Ltd.

PRODUCTES MÉS CONSUMITS

Aràbia Saudita	CONSUM DEL MERCAT (en volum)	PERCENTATGE PRODUCTE SOBRE CONSUM TOTAL (en volum)
CARN I EMBOTITS	1.758.700,00	10,19%
Carn	1.646.700,00	9,54%
Boví	145.600,00	0,84%
Porcí	0,00	0,00%
Oví i Cabrum	137.900,00	0,80%
Aus	1.350.400,00	7,83%
Embotits i elaborats	112.000,00	0,65%
FINE FOOD - MULTIPRODUCTE	5.342.852,47	30,96%
Dolços, cacau i les seves preparacions, articles de confiteria, mel, cafè, te, infusions	59.540,80	0,35%
Snacks i aperitius, productes de fleca i pastisseria, productes base de cereals, fruits secs, arròs i llegums	5.059.700,00	29,32%
Sucs vegetals, aigües, cerveses, begudes i líquats	11,67	0,00%
Extractes, essències i concentrats, ingredients, preparacions per sopes	31.400,00	0,18%
Formatges, productes làctics i ous	0,00	0,00%
Plats preparats, brous, conserves, confitures i mermelades	147.000,00	0,85%
Altres (vinagres, gelats,...)	45.200,00	0,26%
FRUITA I HORTA	3.516.400,00	20,38%
Fruita	1.362.100,00	7,89%
Pomes	127.000,00	0,74%
Peres	18.800,00	0,11%
Albercocs	8.460,00	0,05%
Cireres	34.000,00	0,20%
Nectarines i Préssecs	18.800,00	0,11%
Cítrics	510.000,00	2,96%
Horta	2.154.300,00	12,48%
OLIS VEGETALS	1.755.000,00	10,17%
Oli d'oliva	132.000,00	0,76%
VI I CAVA	0,00	0,00%
CEREALS I MOLINERIA	2.824.000,00	16,37%
PEIX I MARISC	256.400,00	1,49%
Peix	220.500,00	1,28%
Marisc	35.900,00	0,21%
ALTRES	1.802.844,10	10,45%
TOTAL	17.256.196,57	100,00%

FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades d'Euromonitor International Ltd.

6. TENDÈNCIES DE CONSUM

L'evolució del consum alimentari a l'Aràbia Saudita reflecteix un profund procés de transformació social, cultural i econòmica impulsat per la *Visió 2030*. L'augment del poder adquisitiu, la incorporació de la dona al mercat laboral, la penetració de models de vida occidentals i el pes creixent del turisme intern i extern han modificat de manera significativa els hàbits alimentaris dels consumidors saudites.

Tendències de consum destacables

Alimentació saludable i funcional:

Els consumidors saudites (especialment les dones i els joves urbans) mostren un interès creixent per aliments saludables, baixos en sucre, greixos i sal, així com productes funcionals: probiòtics, amb suplements vitamínics, lliures de gluten o lactosa. Aquest segment creix anualment entre un 6% i un 9% segons dades de Nielsen i Euromonitor.

Productes ecològics i orgànics:

Malgrat que el concepte de "bio" és encara incipient, la demanda d'aliments orgànics està en auge en canals premium i botigues especialitzades (ex: Manuel Market, BiOrganic, Danube Gourmet). L'oferta local és escassa, obrint oportunitats clares a importadors europeus.

Augment del consum de productes preparats i congelats:

L'estil de vida accelerat de les ciutats saudites, especialment entre famílies urbanes amb doble ingrés, ha potenciat el creixement dels plats preparats, congelats, *ready-to-eat* (RTE) i *ready-to-cook* (RTC). Els consumidors valoren la conveniència, la qualitat i la rapidesa.

Alguns exemples són: pastes refrigerades, plats orientals i occidentals preparats, pizzes congelades, snacks refrigerats.

Premiunització del consum:

Els segments mitjans-alts i alts, sobretot a Riad i Jeddah, han incrementat el consum de productes gourmet i de marca europea. La cerca d'experiències exclusives, tant en restauració com a la llar, ha convertit el format *delicatessen* en una tendència. Això inclou olis d'oliva verge extra premium, vinagres especials, embotits halal d'alta gamma, fruits secs ibèrics, formatges europeus (sempre que compleixin normativa halal), entre d'altres.

Cultura del "mocktail" i alternatives a l'alcohol:

L'alcohol està prohibit a l'Aràbia Saudita, però existeix una cultura de sofisticació en begudes no alcohòliques. Mocktails, suc fermentats, "premium sodas", sirops de fruites per còctels, kombuches i tes especials són molt populars.

El Saudi Food Show i HORECA 2024 van posar de manifest l'auge d'aquest segment, amb estands dedicats i demostracions culinàries. Marques com Martini (versió no alcohòlica) ja hi tenen presència destacada.

Consum de carn alternativa i plant-based:

Tot i estar en una fase inicial, productes com hamburgueses vegetals, làctics d'origen vegetal (begudes d'avena, ametlla, soja) i proteïna alternativa comencen a guanyar terreny en el sector retail i Horeca. La motivació és tant la salut com la sostenibilitat. El 63% dels joves saudites afirmen estar oberts a reduir el consum de carn per motius mediambientals (*Font: YouGov MENA, 2023*).

Comunitats d'Expatriats i el seu comportament de consum

Els expatriats representen entre un 35% i un 40% de la població total del país, segons dades de GaStat (*General Authority for Statistics*). Aquesta població és extremadament diversa:

- Àsia del sud (Índia, Pakistan, Bangladesh)
- Sud-est asiàtic (Filipines, Indonèsia)
- Països àrabs (Egipte, Jordània, Líban, Síria)
- Europa, EUA i Llatinoamèrica (sobretot en sectors tecnològics i sanitaris)

Impacte al consum:

- Demanda de **productes ètnics**: espècies, arrossos basmati, llegums, farines específiques, salses regionals, conserves tradicionals, etc.
- Alta acceptació de **productes internacionals de qualitat**, especialment si tenen certificació halal.
- Predomini de **patrons de compra setmanals** en botigues especialitzades per col·lectiu, mercats tradicionals i hipermercats.

7. CARACTERÍSTIQUES DE LA DISTRIBUCIÓ

La distribució de productes agroalimentaris a l'Aràbia Saudita ha evolucionat ràpidament en els darrers anys, passant d'un sistema majoritàriament tradicional a un model mixt dominat pel canal modern, en especial a les àrees metropolitanes. Aquest procés de transformació respon a diversos factors: **urbanització accelerada, digitalització del comerç, irrupció d'empreses globals i canvi en els hàbits de consum**. Tot i així, persisteixen dinàmiques pròpies del mercat local que cal entendre per accedir-hi amb èxit.

Estructura general del sistema de distribució

L'esquema habitual d'accés al mercat passa per un **importador-distribuïdor** que actua com a node central. Aquesta figura controla l'accés a les cadenes de retail, a l'HORECA i al canal tradicional. **No és possible fer venda directa des de l'estranger sense un sponsor local registrat davant l'SFDA i el Ministeri de Comerç.**

Això obliga a establir acords estables amb distribuïdors que:

- Coneguin les regulacions i el procés de registre de productes.
- Tinguin presència a Riad, Jeddah i Dammam.
- Controlin xarxes de distribució freda (per congelats i refrigerats).
- Tinguin capacitat de penetració en el canal HORECA, que cada cop representa més volum per a productes importats.

Hi ha una concentració notable: els **10 principals distribuïdors controlen més del 70% del volum de productes importats**.

Canal retail modern

El canal modern inclou supermercats, hipermercats, cadenes premium i botigues especialitzades representa el 56% del total de les vendes d'alimentació al detall.

Principals cadenes de supermercats:

- **Panda Retail Company** (propietat del grup Savola) – 200 punts de venda.
- **Tamimi Markets** – 80 establiments amb gran pes en productes importats, col·laborador habitual d'empreses europees.
- **Danube / BinDawood** – posicionament mitjà-alt, fort en productes premium i gourmet.
- **Carrefour KSA** – operat pel grup Majid Al Futtaim (Emirats Àrabs), forta implantació a ciutats grans.

Format i estratègia:

- Grans superfícies adaptades a cada zona urbana, amb segmentació d'oferta per barri i població (expatriats, saudites locals, turistes).
- Aparadors especials per a “*Imported Premium Products*” o “European Delicacies”.
- Espais destacats per a productes orgànics, baby food, halal, mocktails i healthy.

Oportunitats per a productes catalans:

- Preu mitjà-alt no és una barrera si hi ha valor percebut.
- S'ofereixen espais temporals tipus “Promotional Corners” per a campanyes pilot.
- Moltes cadenes compten amb departaments específics d’“International Sourcing”.

Canal tradicional i botigues especialitzades

Tot i el creixement del canal modern, el canal tradicional (botigues de barri, mercats, distribuïdors independents) encara té un pes rellevant, especialment en ciutats mitjanes, zones residencials menys acomodades i entorns rurals.

- **Predomini d'expatriats asiàtics** com a operadors i clients.
- Importància de la confiança, relacions personals i fiabilitat de subministrament.
- Menor exigència en formats d'envàs, però també menor capacitat logística.

Per determinats productes (galetes, snacks, conserves econòmiques, pasta, arròs, salses), aquest canal representa fins al 30% de les vendes totals.

Distribució al canal HORECA

Aquest canal s'ha expandit notablement gràcies al creixement del sector turístic, la restauració moderna, i els mega projectes hotelers de la Visió 2030 (NEOM, AMAALA, Qiddiya).

- Hotels de luxe i resorts exigeixen productes premium, formats food service i especialitats regionals.
- Empreses de càtering i restauració institucional (hospitals, escoles privades, universitats) comencen a importar directament o a través de distribuïdors amb línia específica per al canal HORECA.
- Augmenta l'interès per productes congelats d'alta qualitat, brioixeria congelada, vins desalcoholitzats, mocktails, i carns processades halal premium.

Exemples d'actors amb presència: **Hospitality Group, Almarai Food Service, Bidfood Middle East** (present a Riad i Dubai).

Comerç electrònic i delivery

L'**e-commerce alimentari** encara representa una petita part del total, però amb un creixement del 35% anual, segons el *Saudi E-Commerce Council (2023)*.

- Plataformes com **Carrefour Online, Sari, Spinneys KSA, Nana, Qoot** i apps tipus Talabat o HungerStation estan entrant amb força en la venda de productes gourmet, saludables i especialitzats.
- El consum digital és alt entre joves de 18-35 anys i dones professionals urbanes.
- Logística de “*cold chain*” en desenvolupament, però millora ràpidament.

Alguns distribuïdors han començat a treballar directament amb plataformes online o desenvolupen les seves pròpies (per exemple, Danube App).

8. REQUISITS D'ENTRADA DE PRODUCTES AGROALIMENTARIS

Accedir al mercat saudita amb productes agroalimentaris requereix el compliment estricte d'un marc regulador complex, altament tècnic i rigorosament aplicat per l'Agència General d'Aliments i Medicaments del Regne d'Aràbia Saudita (**SFDA – Saudi Food and Drug Authority**). Aquestes exigències tenen com a objectiu protegir la salut pública, garantir la seguretat alimentària i assegurar el compliment dels valors islàmics.

Les empreses que volen exportar a aquest mercat han d'estar preparades per abordar procediments administratius exhaustius, així com adaptacions de producte i envàs.

Certificacions obligatòries

1. Certificat Halal

- És obligatori per a tots els productes d'origen animal o que continguin ingredients animals (carns, derivats làctics, gelatines, additius, etc.).
- El certificat ha de ser emès per un organisme **reconegut oficialment per l'SFDA** i/o per la *GCC Accreditation Center (GAC)*.
- En el cas de productes processats, s'exigeix que tots els ingredients i processos estiguin dins dels requisits Halal.
- Per a carns i derivats, la documentació ha d'indicar que l'animal ha estat sacrificat segons el ritu islàmic per una entitat autoritzada.

Llista d'entitats certificadores Halal reconegudes disponible al [web oficial de l'SFDA](#).

2. Certificat Sanitari i Fitoseguretat

- Exigit per a tots els aliments frescos, congelats o transformats, emès per l'autoritat competent del país exportador (ex: MAPA o sanitat exterior a Espanya).
- Ha d'ajustar-se als models específics aprovats per l'SFDA i les normes del **GSO (Gulf Standardization Organization)**.
- En el cas de productes d'origen vegetal, es pot requerir un **certificat fitosanitari**, segons el risc de plagues o residus fitosanitaris.

3. Declaració de conformitat i certificat d'origen

- És habitual que l'importador saudita sol·liciti la declaració de conformitat (*Declaration of Conformity*) segons el model SFDA.
- El certificat d'origen ha de ser expedit per la Cambra de Comerç del país d'origen i legalitzat pel Consolat Saudita.

Requisits d'etiquetatge

L'etiquetatge és un aspecte clau per a la comercialització de productes agroalimentaris a l'Aràbia Saudita. La normativa és estricta i controlada regularment a l'entrada de mercaderies.

L'etiqueta ha de complir els següents criteris:

- Idiomes: obligatòriament en **àrab** (pot anar acompanyat d'anglès). La traducció ha de ser exacta.
- Elements obligatoris:
 - Nom del producte.
 - Nom del fabricant, país d'origen i importador local.
 - Llista completa d'ingredients, additius, al·lèrgens.
 - Dates de producció i de caducitat (format dia/mes/any).
 - Condicions d'emmagatzematge.
 - Declaració de pes net.
 - Número de lot i codi de traçabilitat.
 - Certificat Halal (logotip o text, segons el cas).
- L'etiqueta ha d'estar **impressa de forma indeleble** (no adhesiva ni manuscrita).

Està prohibit:

- Incloure imatges d'aliments no halal (porc, alcohol).
- Utilitzar expressions enganyoses com "100% natural" si no hi ha proves documentades.
- Mostrar dibuixos d'animals considerats impurs per l'islam.

Registre i homologació a la SFDA

Abans de poder importar, el producte i l'empresa han d'estar **registrats** a través de la plataforma oficial de l'SFDA:

Plataforma: Saudi Food Registration System (FIRS)

<https://www.sfda.gov.sa/en/food/eservices/Pages/FIRS.aspx>

Passos principals:

1. L'importador local saudita crea un compte i introdueix les dades de l'empresa estrangera.
2. Es carreguen els documents requerits (certificats, etiquetes, composició, dades logístiques).
3. L'SFDA avalua i aprova la conformitat.
4. S'assigna un número de registre i es pot iniciar el procediment d'importació.

Els controls duaners a port o aeroport poden incloure:

- Inspecció documental i física.
- Presa de mostres per a anàlisi de residus o additius.
- Verificació de caducitat, temperatura i transport.

Altres requisits i recomanacions

- El transport ha de complir la normativa de cadena de fred si s'escau, amb termògrafs i registres de temperatura.
- És recomanable treballar amb **empreses logístiques experimentades en exportacions a GCC**.
- Les autoritats poden sol·licitar **auditories *in situ*** o inspeccions prèvies a països exportadors amb baix historial comercial amb el Regne.

Recomanació: contractar un agent local o distribuïdor amb experiència contrastada en el registre de productes estrangers, que pugui guiar el procés i optimitzar els terminis.

9. NORMATIVA ALIMENTÀRIA EN COMERCIALITZACIÓ

L'Àràbia Saudita ha desenvolupat en les darreres dues dècades un sistema de regulació alimentària robust, modern i en línia amb els estàndards internacionals. No obstant això, les autoritats del Regne exigeixen un compliment estricte i sense excepcions de les normatives nacionals i regionals, i mantenen una actitud de tolerància zero envers el frau alimentari, l'etiquetatge enganyós i qualsevol incompliment que pugui comprometre la seguretat alimentària o contradir els valors religiosos del país.

La normativa aplicable prové de tres nivells d'autoritat:

1. Llei Alimentària del Regne i els seus reglaments d'execució.
2. Normes tècniques del GSO (Gulf Standardization Organization), aplicables a tot el Golf.
3. Recomanacions internacionals (Codex Alimentarius, OIE, ISO) adoptades per l'SFDA.

Principis generals del marc normatiu

La **Food Law** saudita es fonamenta en els següents principis:

- Garantir la innocuïtat i seguretat de tots els aliments que es comercialitzen al país.
- Protegir la salut pública i prevenir riscos sanitaris.
- Preservar la cultura islàmica i evitar l'entrada d'aliments prohibits (haram).
- Assegurar la **traçabilitat completa** dels productes al llarg de la cadena alimentària.
- Facilitar el comerç internacional mitjançant l'harmonització amb estàndards internacionals, sempre que no contradiguin els principis islàmics.

En aquest sentit, la **Llei estableix sancions econòmiques, suspensió d'importacions i fins i tot vetos temporals** a empreses o països exportadors en cas d'incompliments repetits o greus.

Estàndards tècnics i regulació per categories

L'SFDA aplica normes específiques per a cada categoria de productes, d'acord amb els codis del GSO i les directrius del Codex Alimentarius, amb ajustaments locals. Exemples:

- GSO 9: requisits generals d'etiquetatge d'aliments preenvasats.
- GSO 21: additius alimentaris autoritzats.
- GSO 150: requisits per a oli d'oliva verge i refinat.
- GSO 2233: normes d'etiquetatge nutricional.
- GSO 993: requisits de sacrifici d'animals segons les normes halal.
- GSO 2055-1: requisits generals d'aliments halal.
- GSO ISO 22000: aplicació del sistema de gestió de la seguretat alimentària (HACCP).
- SFDA Circular 2022/16: normativa per a l'ús de codis QR o RFID en productes frescos.

Això implica que per introduir un producte concret, cal estudiar i complir les normes tècniques específiques per la seva categoria.

Recomanació: consultar el catàleg oficial de normes GSO i guies sectorials publicades per la SFDA per cada producte (carn, làctics, cereals, snacks, etc.)

Requisits sobre l'etiquetatge i la comunicació

Com ja hem vist a l'apartat anterior, l'etiquetatge ha de ser escrupolosament exacte i estar en àrab. La normativa prohibeix:

- Qualsevol menció falsa, exagerada o que pugui induir a error (ex: “superalimento”, “sense sucre” si no es compleix la definició tècnica).
- L'ús de termes o imatges que suggereixin alcohol, porc o contingut “haram”.
- Declaracions de salut no autoritzades pel GSO o la SFDA.

L'autoritat pot retirar productes del mercat o rebutjar-ne l'entrada si considera que hi ha **etiquetatge enganyós, incorrecte o inadequat per a la cultura local**.

A més, a partir de 2023 s'està promovent el registre digital de productes a través de codis QR, traçabilitat via blockchain (projecte pilot a Jeddah) i sistemes de registre integrats entre importadors i autoritats.

Control de qualitat, inspeccions i vigilància del mercat

El sistema saudita incorpora:

- Inspeccions a frontera: revisions documentals, físiques i analítiques.
- Plans nacionals de mostreig (PNSP) per a lots crítics (ex: conserves, carns, làctics, productes infantils).
- Supervisió *in situ* per part d'auditors de la SFDA o autoritats delegades.
- Sistema d'alerta ràpida per a productes contaminats, similars al RASFF europeu.

En cas de no conformitat:

- El producte pot ser destruït, reexportat o bloquejat.
- L'empresa queda registrada a la base de dades d'alertes de la SFDA.
- Pot iniciar-se un procediment sancionador contra l'importador o exportador.

Implicacions pràctiques per a empreses catalanes

Per a les empreses que vulguin operar amb èxit al Regne, és imprescindible:

- Establir una relació estable amb un importador o agent local amb experiència en regulació.
- Treballar amb un consultor halal i tècnic per adaptar l'etiquetatge i la composició.
- Estudiar prèviament les normes GSO aplicables a la categoria concreta.
- Preveure recursos per a traducció tècnica, reformulació si cal, i validació documental.

En casos de productes sensibles (infantils, nutricionals, dietètics, begudes energètiques), la SFDA pot requerir autoritzacions addicionals, proves de laboratori o presentació d'estudis clínics.

10. PRINCIPALS ESDEVENIMENTS DEL SECTOR

Les fires professionals són un instrument fonamental per a la promoció i el posicionament de productes agroalimentaris a l'Àrab Saudita. No només permeten establir contactes comercials, sinó que actuen com a espai de validació del producte, anàlisi de la competència i adaptació a les preferències locals.

La irrupció de la fira **Saudi Food Show**, celebrada per primera vegada el 2023, ha transformat radicalment el panorama firal del país. Aquesta secció analitza els principals esdeveniments del sector, posant èmfasi en les diferències qualitatives i estratègiques entre ells.

The Saudi Food Show (Riyadh)

Primera edició: 2023 - Organitzadors: Kaoun (Gulfood)

Seu: Riyadh International Convention & Exhibition Center (RICEC)

Perfil: internacional, B2B, B2C i institucional (B2A)

Visitants: 28.840 | Expositors: 500+ de més de 100 països | Espai: 21.800 m²

La Saudi Food Show s'ha consolidat des de la seva primera edició com la **fira de referència del sector agroalimentari al Regne**, en una clara aposta del govern saudita per generar un aparador internacional comparable a Gulfood (Dubai).

Elements destacats:

- Gran presència d'empreses internacionals líders (PepsiCo, Carrefour, Nadec, First Mills).
- Pabellons nacionals agrupats de més de 20 països (Itàlia, Països Baixos, Turquia, Xina, Espanya, Sud-àfrica, etc.).
- Implementació del programa de reunions B2B "Tawasul", amb més de 8.600 trobades comercials facilitades in situ.
- Conferències sectorials d'alt nivell: seguretat alimentària, Halal global market, inversió Horeca i foodtech.

Impacte:

- Substitueix i eclipsa les fires anteriors (Foodex, Horeca) com a centre neuràlgic de negoci.
- Posiciona Riad com el nou hub regional agroalimentari, reforçant la Visió 2030.

Participació catalana destacada (2023): Alternativa3, Molí Coloma, Edma Food, sota el paraigua de PRODECA.

Foodex Saudi (Riyadh)

10a edició: 2023 | Organitzador: Sunaidi Expo & Conferences

Seu: RICEC (espai compartit)

Visitants: 14.554 | Expositors: 500 | Espai: 9.800 m² (la meitat del Saudi Food Show)

Foodex Saudi havia estat fins fa poc la principal fira alimentària del país. No obstant això, la seva escala s'ha vist superada per la Saudi Food Show. Malgrat això, manté rellevància, especialment per a **empreses de mida mitjana o en fase exploratòria**.

Elements destacats:

- Participació majoritàriament internacional (79%), però amb enfocament més modest.
- Patrocini institucional per part de la Unió Europea.
- Presència activa del pabelló espanyol liderat per FIAB (17 empreses).
- Concursos culinaris i showcookings (Kingdom Chef Competition) com a eix d'atracció.

Limitacions:

- Comparteix recinte amb altres esdeveniments no relacionats, reduint la visibilitat del sector.
- Menor cobertura mediàtica i de networking B2B que el Saudi Food Show.

Horeca Saudi (Riyadh)

13a edició: 2024 | Organitzador: SEMARK (Libanès)

Seu: Riyadh International Convention Center Perfil: professional, focalitzat en Horeca i foodservice

Visitants: 33.000 (amb un perfil molt nacional) | Expositors: 400

Horeca Saudi és una fira de trajectòria llarga i fidelització en l'àmbit professional de l'hoteleria, restauració i càtering. Té un fort component local i regional, amb una influència menor fora de l'àmbit saudita.

Elements destacats:

- Concursos de baristes, mocktails, chefs joves i escultures de gel.
- Presència destacada d'empreses locals d'equipament i foodservice.
- Activitats de formació i promoció de talents locals.

Recomanable per:

- Empreses que vulguin entrar o consolidar-se en el segment Horeca nacional.
- Marques especialitzades en congelats, bakery, mocktails o làctics d'alt valor.

Limitació:

- No atrau gaire presència internacional ni inversors globals.

InFlavour (Riyadh)

2a edició: 2024 | Organitzat amb suport del Ministeri d'Inversió Saudita

Localització perifèrica (no RICEC)

Enfocament: innovació, gastronomia, tecnologia i entertainment

Tot i rebre suport institucional i ser promocionada com a esdeveniment emergent, **la seva localització allunyada i escassa participació internacional han minvat les expectatives.**

Segons informes de la mateixa Oficina Comercial Espanyola:

- Participació limitada.
- Baix retorn per a expositors.
- Poc atractiu per a importadors o distribuïdors reals.

Actualment es considera un projecte a desenvolupar, però sense l'impacte comercial de les altres fires.

Comparativa general

Fira	Escala	Públic objectiu	B2B actiu	Internacionalització	Recomanada per...
Saudi Food Show	★ ★ ★ ★ ★	Global (importadors)	Sí	Molt alta	Empreses consolidades o en fase d'expansió
Foodex Saudi	★ ★ ★	Mixt (retail, gourmet)	Limitat	Alta	Pimes exploratòries, testing de mercat
Horeca Saudi	★ ★ ★	Sector Horeca	Mitjà	Mitjana	Marques orientades a foodservice
InFlavour	★	Generalista	No	Baixa	Innovació gastronòmica, entertainment

11. COL·LABORACIONS INTERNACIONALS

L'Àrab Saudita, dins del marc de la seva estratègia Visió 2030, ha redefinit la seva política exterior econòmica amb una clara voluntat d'obertura al món, atracció d'inversió estrangera directa (IED) i posicionament com a hub logístic i alimentari regional. Aquesta orientació afecta directament el sector agroalimentari, que és considerat estratègic per garantir la seguretat alimentària i per diversificar l'economia més enllà del petroli.

Acords, aliances i marcs de col·laboració rellevants

Acords bilaterals amb la Unió Europea i Espanya

- Àrab Saudita i la UE mantenen un diàleg actiu a nivell comercial i d'inversió, en el marc del Consell de Cooperació del Golf (CCG).
- Amb Espanya existeix un **Acord per a la Promoció i Protecció Recíproca d'Inversions (APPRI)** vigent des del 2016 i un **conveni per evitar la doble imposició**, operatiu des del 2008.
- Això facilita la seguretat jurídica per a empreses catalanes i espanyoles que vulguin establir acords amb socis saudites, obrir filials o constituir joint ventures.

Iniciatives públiques per promoure la inversió en agroalimentació

- El **Ministry of Investment (MISA)** ofereix incentius a empreses estrangeres que participin en la cadena agroalimentària local: processat, logística, packaging, tecnologies de traçabilitat, agrotech.
- El programa "*Saudi Green Initiative*" incorpora la promoció de **tecnologies agrícoles sostenibles i de sistemes d'irrigació eficients**, buscant aliances amb Europa i Àsia.
- La SFDA treballa amb autoritats de països exportadors per harmonitzar procediments (reconeixement d'equivalències sanitàries, validació de certificadors halal).

Presència d'empreses multinacionals i canals de cooperació

- Grups com Danone, Nestlé, PepsiCo, Lactalis, BRF i Arla tenen ja operacions a l'Àrab Saudita.
- En paral·lel, s'estan establint **plataformes regionals d'aprovisionament** a Riad i Dammam per a la reexportació de productes agroalimentaris cap a Oman, Bahrain, Qatar i Kuwait.

Aquest context obre espais per a empreses catalanes que vulguin:

- Exportar regularment a través d'un partner distribuïdor.
- Produir localment sota model de contract manufacturing.
- Desenvolupar marca pròpia halal per a GCC.

Esdeveniments internacionals que contribueixen al desenvolupament del segment HORECA

El canal HORECA (Hotels, Restaurants, Catering) és avui un dels principals motors del creixement del consum alimentari d'importació a l'Àrab Saudita. El país viu una autèntica revolució hotelera i turística, impulsada per l'estratègia Vision 2030. Això es reflecteix en esdeveniments internacionals que, tot i no ser exclusivament alimentaris, tenen un gran impacte en aquest segment.

Projectes hotelers i turístics impulsats per la Visió 2030

- **NEOM**: ciutat futurista intel·ligent amb un focus important en el turisme gastronòmic i l'hospitalitat de luxe.
- **The Red Sea Project**: complex de resorts de luxe al Mar Roig, amb previsió d'obertura de més de 50 hotels de gamma alta fins al 2030.
- **AMAALA, Qiddiya i Diriyah Gate**: projectes que requereixen serveis de restauració i productes alimentaris internacionals de qualitat.
- El **turisme religiós** també està modernitzant la seva oferta hotelera a Meca i Medina, ampliant la demanda de productes HORECA.

Fires internacionals de connexió directa amb Horeca

- **Saudi Food Show**: amb un fort component Horeca (tallers, showcookings, espais per importadors especialitzats).
- **Horeca Saudi**: fira que connecta proveïdors locals i internacionals amb cuiners, gestors d'hotel, restauradors i cadenes de càtering.
- **Future Hospitality Summit** (Riad): punt de trobada anual de gestors hotelers, inversors i proveïdors.

Altres esdeveniments amb impacte indirecte:

- **InFlavour**: malgrat el seu baix rendiment comercial el 2023, va reunir ponents internacionals del món de la restauració i la gastronomia.
- **Global Supply Chain Conference (Riyadh)**: permet a proveïdors alimentaris presentar solucions per al canal Horeca en logística, seguretat alimentària i sostenibilitat.

12. FER NEGOCIS A L'ARÀBIA SAUDITA

Per tenir èxit en el mercat saudita, és essencial comprendre i respectar la cultura empresarial i les pràctiques comercials del país. A continuació, es detallen alguns aspectes clau:

Relacions personals

Les connexions personals són fonamentals en els negocis a l'Aràbia Saudita. Abans d'iniciar qualsevol negociació, és important invertir temps en establir i mantenir relacions de confiança amb els socis locals. Això es pot aconseguir mitjançant reunions informals, com ara dinars o cafès, on es mostri un interès genuí per conèixer els homòlegs saudites. Aquest enfocament ajuda a construir una base sòlida per a futures col·laboracions.

Respecte per la cultura i les tradicions

Mostrar respecte per les costums locals, incloent-hi les pràctiques religioses i les normes socials, és essencial per construir relacions sòlides. La cultura saudita està profundament arrelada en les tradicions islàmiques, i és important que els professionals estrangers es mostrin sensibles a aquestes pràctiques per evitar malentesos i fomentar un ambient de treball harmoniós.

Procés de presa de decisions

Les decisions empresarials a l'Aràbia Saudita poden ser lentes i requereixen paciència, ja que sovint impliquen múltiples nivells d'aprovació. Aquesta estructura jeràrquica pot allargar els temps de resposta, per la qual cosa és crucial que els inversors i empresaris estrangers siguin pacients i comprenguin aquesta dinàmica per evitar frustracions.

Negociacions

És comú que les negociacions siguin detallades i prolongades. La flexibilitat i la disposició a comprometre's són valorades. Els negociadors saudites poden saltar d'un tema a un altre i discutir el mateix assumpte diverses vegades. Aquesta naturalesa circular de les negociacions permet digerir nova informació, per la qual cosa és important seguir el flux de les converses i adaptar-se a aquest estil.

Comprendre i adaptar-se a aquests aspectes culturals augmentarà significativament les possibilitats d'èxit en el mercat saudita.

13. OPORTUNITATS PEL SECTOR AGROALIMENTARI CATALÀ

Alguns segments de producte amb potencial al mercat saudita són:

Oli d'oliva: L'oli d'oliva és ben valorat pel consumidor saudita pel seu perfil saludable i gastronòmic. Els principals proveïdors d'oli d'oliva al país són Espanya, Turquia i Itàlia, i Catalunya (com a gran productor dins d'Espanya) pot aprofitar la tendència creixent cap a la dieta mediterrània.

Llegums i conserves vegetals: La cuina saudita utilitza llegums (cigrons, mongetes, llenties) en plats tradicionals, i molts es consumeixen en conserva o secs. Les conserves vegetals de qualitat (tomàquet, olives, verdures preparades) també tenen cabuda, especialment per a consumidors que cerquen comoditat sense renunciar a sabors casolans.

Pasta i productes farinacis: Tot i no ser part de la dieta tradicional, la pasta és un aliment cada cop més comú a les llars urbanes saudites, gràcies a la influència internacional. Productors catalans de pasta i derivats de cereals poden competir aportant qualitat i noves varietats. A més, la brioixeria **premium** i productes de fleca congelats també tenen demanda creixent en el canal HORECA.

Fruits secs i snacks: Els fruits secs mediterranis (ametlles, avellanes) encaixen amb les preferències locals de **snacks** saludables i tradicionals (per exemple, fruits secs amanits o barreges). També hi ha interès per aperitius innovadors i laminadures europees de gamma alta.

Productes dolços i de pastisseria: Xocolata, confiteria fina, melmelades i productes de pastisseria catalans poden aprofitar el gust pels dolços present al mercat saudita, especialment com a **regals** o consum en ocasions especials. Cal destacar que molts consumidors valoren els dolços importats per la seva qualitat artesanal.

Carn halal d'alt (vacum, oví, aus): La demanda de carn halal d'alt valor afegit a l'Aràbia Saudita és creixent, especialment en segments urbans i d'alt poder adquisitiu, així com en l'àmbit de la restauració moderna i l'hoteleria de qualitat. Tot i que el país disposa de producció pròpia d'aviram i en part d'oví, continua essent un dels majors importadors mundials de carn halal, tant per consum domèstic com per a l'ús en el canal HORECA. El vacum importat, especialment de talls seleccionats i productes elaborats com hamburgueses, embotits o marinats Premium, presenta bones oportunitats si s'acompleixen els requisits religiosos i sanitaris. Les carns catalanes certificades halal poden posicionar-se com a opció fiable i diferenciada, sobretot si aporten traçabilitat, qualitat sensorial i formats adaptats a les preferències locals. La gamma d'aus criades amb estàndards de benestar animal, alimentació diferenciada o qualitat gustativa superior també desperta interès, en especial entre cadenes de restauració moderna o supermercats de gamma mitjana-alta. Els consumidors saudites valoren cada cop més l'origen del producte, l'alimentació de l'animal i el procés de sacrifici.

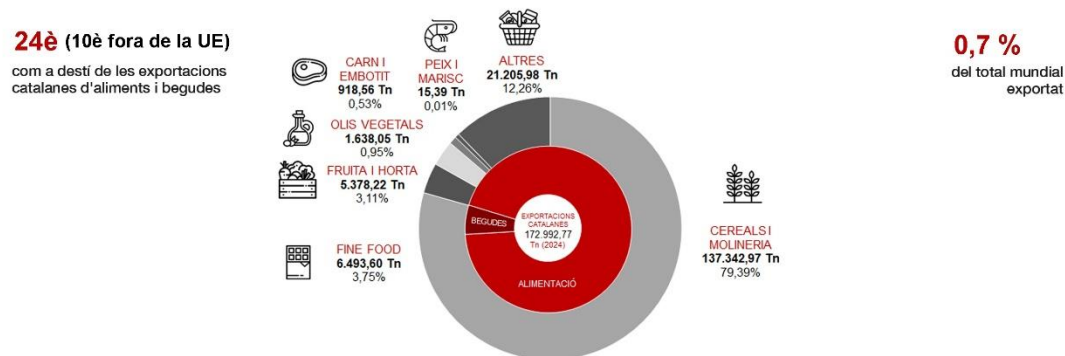
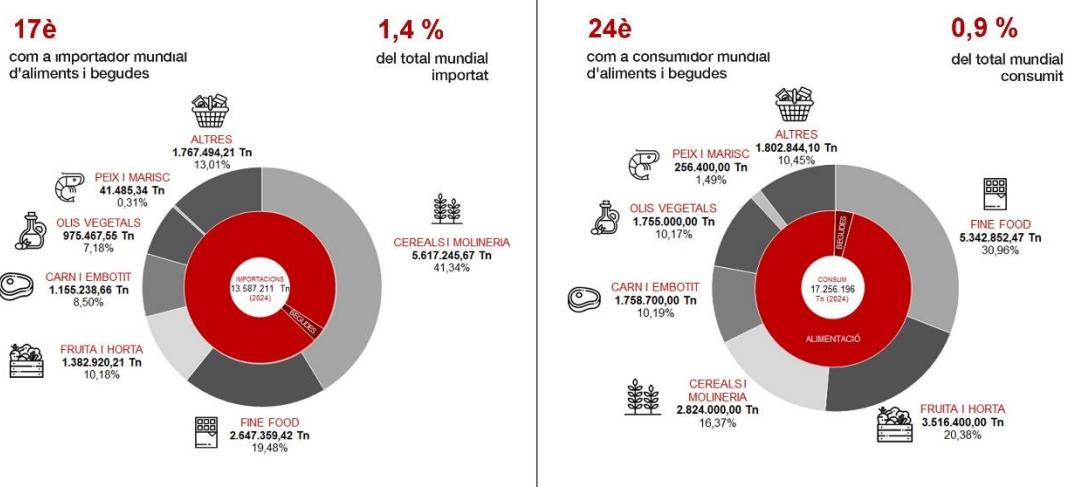
Làctics i alternatives: Els productes làctics europeus gaudeixen de reputació de qualitat, però han de complir requisits halal (per exemple, formatges sense quall d'origen porcí). També creix l'interès per làctics alternatius o innovadors, com begudes vegetals, iogurts o postres adaptats en formats individuals i **UHT**, que allarguen la conservació.

Begudes gourmet i “mocktails”: Atès que l'alcohol està prohibit, s'ha desenvolupat una cultura de **mocktails** (còctels sense alcohol) i suc natural o gasoses gourmet. Els consumidors joves i l'hostaleria d'alta gamma busquen suc premium, **sparkling drinks** i fins i tot vins desalcoholitzats per acompanyar la gastronomia. Les empreses catalanes de caves i vins han començat a oferir versions **0,0%** per abordar aquests mercats.

14. ARÀBIA SAUDITA EN XIFRES – RESUM



Rànquing de comerç i consum



ARÀBIA SAUDITA	VOLUM (Tn)	INCREMENT ANUAL	VALOR (M€)	INCREMENT ANUAL
Exportacions agroalimentàries catalanes al mercat	172.992	↑ 5,4 %	107,61	↑ 4,1 %
Importacions agroalimentàries mundials del mercat	13.587.211	↑ 2,9 %	28.180,99	↑ 3,1 %
Consum agroalimentari del mercat	17.256.197	↑ 3,2 %	82.418,70	↑ 3,4 %



FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades UN Comtrade, AEAT, Worldbank, Euromonitor International Ltd. 2024

QUADRE RESUM TOTAL MAGNITUDS CONSUM I COMERÇ

Aràbia Saudita	CONSUM DEL MERCAT (en volum)	PERCENTATGE PRODUCTE SOBRE CONSUM TOTAL (en volum)	IMPORTACIONS MUNDIALS DEL MERCAT (en tones)	PERGENTATGE PRODUCTE SOBRE TOTAL MUNDIAL IMPORTAT (en volum)	IMPORTACIONS DE CATALUNYA (en tones)	PERGENTATGE PRODUCTE SOBRE TOTAL IMPORTAT DE CATALUNYA (en volum)	PERGENTATGE PRODUCTE DE CATALUNYA SOBRE TOTAL MUNDIAL IMPORTAT (en volum)	PERCENTATGE IMPORTAT MON SOBRE CONSUMIT (en volum)	PERCENTATGE IMPORTAT CATALUNYA SOBRE CONSUMIT (en volum)
CARN I EMBOTITS	1.758.700,00	10,19%	1.155.238,66	8,50%	918,56	0,53%	0,08%	65,69%	0,05%
Carn	1.646.700,00	9,54%	792.524,00	5,83%	141,29	0,08%	0,02%	48,13%	0,01%
Boví	145.600,00	0,84%	113.745,16	0,84%	0,00	0,00%	0,00%	78,12%	0,00%
Porcí									
Oví i Cabrum	137.900,00	0,80%	27.399,38	0,20%	0,00	0,00%	0,00%	19,87%	0,00%
Aus	1.350.400,00	7,83%	633.647,47	4,66%	0,00	0,00%	0,00%	46,92%	0,00%
Embotits i elaborats	112.000,00	0,65%	50.939,70	0,37%	2,80	0,00%	0,01%	45,48%	0,00%
FINE FOOD - MULTIPRODUCTE	5.342.852,47	30,96%	2.647.359,42	19,48%	6.493,60	3,75%	0,25%	49,55%	0,12%
Dolços, cacau i les seves preparacions, articles de confiteria, mel, cafè, te, infusions	59.540,80	0,35%	1.134.321,54	8,35%	979,76	0,57%	0,09%	1905,12%	1,65%
Snacks i aperitius, productes de fleca i pastisseria, productes base de cereals, fruits secs, arròs i llegums	5.059.700,00	29,32%	291.132,60	2,14%	1.335,72	0,77%	0,46%	5,75%	0,03%
Sucs vegetals, aigües, cerveses, begudes i líquats	11,67	0,00%	135.561,39	1,00%	1.236,12	0,71%	0,91%	1161682,59%	10592,86%
Extractes, essències i concentrats, ingredients, preparacions per sopes	31.400,00	0,18%	171.338,60	1,26%	1.431,51	0,83%	0,84%	545,66%	4,56%
Formatges, productes làctics i ous	0,00	0,00%	259.400,79	1,91%	189,67	0,11%	0,07%		
Plats preparats, brous, conserves, confitures i melmelades	147.000,00	0,85%	624.841,57	4,60%	923,89	0,53%	0,15%	425,06%	0,63%
Altres (vinagres, gelats,...)	45.200,00	0,26%	30.762,94	0,23%	396,94	0,23%	1,29%	68,06%	0,88%
FRUITA I HORTA	3.516.400,00	20,38%	1.382.920,21	10,18%	5.378,22	3,11%	0,39%	39,33%	0,15%
Fruita	1.362.100,00	7,89%	942.291,97	6,94%	4.716,03	2,73%	0,50%	69,18%	0,35%
Pomes	127.000,00	0,74%	101.751,56	0,75%	147,76	0,09%	0,15%	80,12%	0,12%
Peres	18.800,00	0,11%	7.220,90	0,05%	2.122,57	1,23%	29,39%	38,41%	11,29%
Albercocs	8.460,00	0,05%	3.791,67	0,03%	0,00	0,00%	0,00%	44,82%	0,00%
Cireres	34.000,00	0,20%	16.321,36	0,12%	0,00	0,00%	0,00%	48,00%	0,00%
Nectarines i Préssecs	18.800,00	0,11%	12.157,92	0,09%	18,69	0,01%	0,15%	64,67%	0,10%
Cítrics	510.000,00	2,96%	303.882,78	2,24%	2.282,05	1,32%	0,75%	59,58%	0,45%
Horta	2.154.300,00	12,48%	440.628,24	3,24%	662,19	0,38%	0,15%	20,45%	0,03%
OLIS VEGETALS	1.755.000,00	10,17%	975.467,55	7,18%	1.638,05	0,95%	0,17%	55,58%	0,09%
Oli d'oliva	132.000,00	0,76%	115.535,85	0,85%	2,68	0,00%	0,00%	87,53%	0,00%
VI I CAVA									
Vi de taula									
Escumós									
Cava									
Altres									
CEREALES I MOLINERIA	2.824.000,00	16,37%	5.617.245,67	41,34%	137.342,97	79,39%	2,45%	198,91%	4,86%
PEIX I MARISC	256.400,00	1,49%	41.485,34	0,31%	15,39	0,01%	0,04%	16,18%	0,01%
Peix	220.500,00	1,28%	34.801,45	0,26%	9,42	0,01%	0,03%	15,78%	0,00%
Marisc	35.900,00	0,21%	1.760,40	0,01%	5,97	0,00%	0,34%	4,90%	0,02%
ALTRES	1.802.844,10	10,45%	1.767.494,21	13,01%	21.205,98	12,26%	1,20%	98,04%	1,18%
TOTAL	17.256.196,57	100,00%	13.587.211,05	100,00%	172.992,77	100,00%	1,27%	78,74%	1,00%

FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades UN Comtrade, AEAT i Euromonitor International Ltd. Dades 2023.

#CatalanFood Trade

Informació de mercats, economia i empresa pel sector de l'alimentació

MÉS INFORMACIÓ

Marc Oliveras

Cap Àrea de Coneixement i Estratègia Prodeca

Email: marc.oliveras@gencat.cat

Eva Castro

Tècnica Àrea de Coneixement i Estratègia Prodeca

Email: evacastro@gencat.cat

Telèfon de contacte: 93 552 48 20

FONTS

- AEAT: <https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/estadisticas.html>
- UNCOMTRADE: <https://comtradeplus.un.org>
- Fons Monetari Internacional (FMI): www.imf.org
- The International Trade Administration, U.S. Department of Commerce: <https://www.trade.gov/country-commercial-guides>
- Euromonitor International Ltd: <https://www.euromonitor.com>
- Mintel: <https://es.mintel.com/>
- Banc Mundial: <https://datos.bancomundial.org/>
- The European Commission's trade department: <https://trade.ec.europa.eu>
- UNCTAD: <https://unctad.org>
- Govern d'Aràbia Saudita: <https://my.gov.sa/en>
- OFECOMES: https://comercio.gob.es/Red_Oficinas_Economicas/Red_Exterior
- The World Trade Organization: <https://www.wto.org>
- Mordor Intelligence: <https://www.mordorintelligence.com>
- Statista. Saudi Arabia – Food & Beverage Market Overview. <https://www.statista.com>
- Arab News. Market and Lifestyle Reports. <https://www.arabnews.com>
- SIS – International Research - <https://www.sisinternational.com/>
- Antena Prodeca a Aràbia Saudita - <https://www.prodeca.cat/>

Avís de renúncia i confidencialitat

Aquest document es publica únicament amb finalitats informatives. La informació ha estat elaborada a partir de, o sobre la base de fonts que considerem fiables, però no es pot garantir ni acceptar la responsabilitat per la seva integritat o exactitud. Les conseqüències de qualsevol actuació realitzada sobre la base de la informació continguda en el mateix són de l'exclusiva responsabilitat del destinatari.