

Um
mundo de
oportunidades

Volume 7
Origem: animal

AGRO INSIGHT



Institucional

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA

Presidente da República

CARLOS HENRIQUE BAQUETA FÁVARO

Ministro de Estado da Agricultura e Pecuária

IRAJÁ REZENDE DE LACERDA

Secretário-Executivo do Ministério da Agricultura e Pecuária

GUILHERME CAMPOS JÚNIOR

Secretário de Política Agrícola do Ministério da Agricultura e Pecuária

CARLOS GOULART

Secretário de Defesa Agropecuária do Ministério da Agricultura e Pecuária

LUIS RUA

Secretário de Comércio e Relações Internacionais do Ministério da Agricultura e Pecuária

PEDRO ALVES CORRÊA NETO

Secretário de Inovação, Desenvolvimento Sustentável, Irrigação e Cooperativismo do Ministério da Agricultura e Pecuária

CARLOS ERNESTO AUGUSTIN

Assessor Especial do Gabinete do Ministério da Agricultura e Pecuária

CARLA MADEIRA GONÇALVES SIMÕES DOS REIS

Chefe de Assessoria Especial de Comunicação Social do Ministério da Agricultura e Pecuária

4ª edição. Ano 2025

Elaboração, distribuição, informações:

Ministério da Agricultura e Pecuária

Secretaria de Comércio e Relações Internacionais

Departamento de Promoção Comercial e Investimentos - DPR

Coordenação-Geral de Gestão dos Adidos Agrícolas

Endereço: Esplanada dos Ministérios, Bloco D - 3º andar, Sala 300

CEP: 70043-900 Brasília - DF

Tel.: (61) 3218-2821 e-mail: divulgacao.scri@agro.gov.br

Editorial:

Priscilla Burmann

João Huguenin

Coordenação:

Marcel Moreira

Carolina Eufemia Aquino de Sá

Ângela Pimenta Peres

Estella R. Borges de Brito

Jennifer Santos Costa

Jenny Silva Brito

Manoel Augusto Soares Junior

Filipe Guerra

Equipe técnica:

Carlos Vitor Muller

Eduardo Sampaio Marques

José Guilherme Tollstadius Leal

Adriano Perrelli Pestana de Castro

Luciana Pich Gomes

Andrea Claudia Parrilla

Daniela de Moraes Aviani

Silvio Luiz Rodrigues Testaseca

Glauco Bertoldo

Nilton Antônio de Moraes

Paulo Márcio Mendonça de Araújo

Rodrigo do Espírito Santo Padovani

Leandro Diamantino Feijó

Jean Felipe Celestino Gouhie

Clóvis Augusto Versalli Serafini

Ricardo Zanatta Machado

Priscila Rech Pinto Moser

Rafael Mohana de Carvalho Refosco

Vanessa Medeiros de Jesus

Ana Lúcia de Paula Viana

Fabiana Villa Alves

Virginia Arantes Ferreira Carpi

Ângelo de Queiroz Maurício

Bruno Cavalheiro Breitenbach

Marlos Schuck Vicenzi

Fernanda Vanessa Mascarenhas Magalhães

Marco Aurélio Pavarino

Dalci de Jesus Bagolin

Ellen Elizabeth Laurindo

Adriane Reis Cruvinel

Frederique Rosa e Abreu

Warley Efreim Campos

Márcio Rezende Evaristo Carlos

Marco Túlio Santiago

Luiz Cláudio de Santana e Caruso

Rafael D'Aquino Mafra

Ana Carolina Miranda Lamy

Diego Leonardo Rodrigues

Juliano Vieira

Leandro Antunes

Permitida a reprodução sem fins lucrativos, parcial ou total, por qualquer meio, se citada a fonte e o sítio da Internet onde pode ser encontrado o original (www.gov.br/agricultura).

Catálogo na Fonte

Biblioteca Nacional de Agricultura – BINAGRI

Resumo



O AgrolInsight nasce do compromisso do Ministério da Agricultura e Pecuária com o fortalecimento da presença do agronegócio brasileiro no mercado internacional.

Desenvolvido pela Secretaria de Comércio e Relações Internacionais (SCRI), com apoio dos adidos agrícolas presentes em 38 países, o material reúne análises estratégicas e oportunidades de negócios para produtores, exportadores e associações setoriais que buscam crescer de forma competitiva e sustentável.

Com base nas diretrizes do ministro Carlos Fávaro e sob a liderança do secretário Luis Rua, o AgrolInsight é resultado do esforço de uma equipe dedicada que acredita no potencial do Brasil como potência agroexportadora.

Este relatório é mais do que um compilado de dados — é uma ponte entre o agro brasileiro e o mundo.

MEL NA ALEMANHA: DEMANDA CRESCENTE E OPORTUNIDADES PARA O BRASIL

Data: 15/07/2025

Posto: Berlim/Alemanha

Palavras-chave: mel; Alemanha; apicultura; colmeias; exportação; orgânico; Fairtrade; valor agregado

Responsável: Eduardo Sampaio Marques; Ana Paula Chaves de Araujo Kraus.

SUMÁRIO:

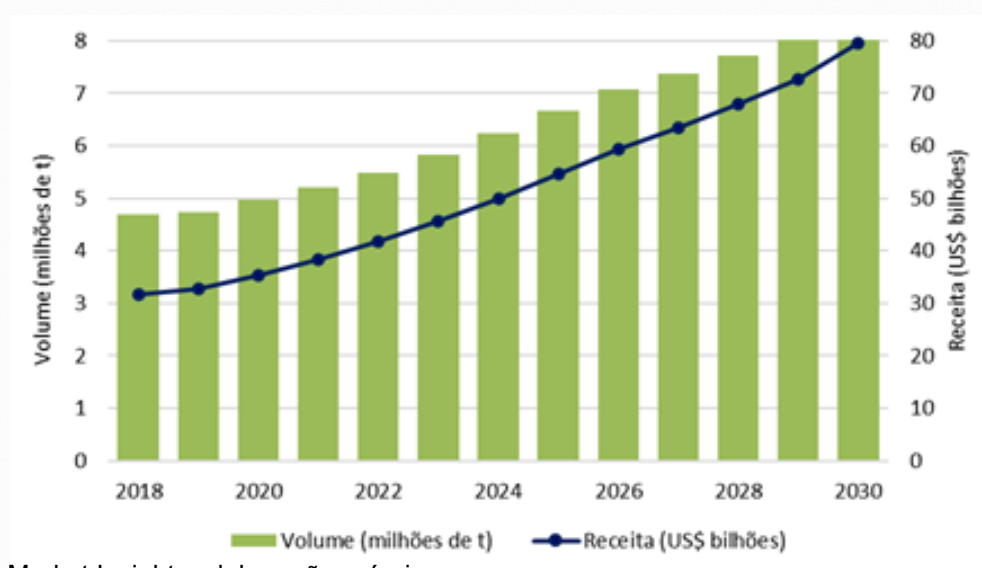
A Alemanha é um dos maiores consumidores e importadores de mel do mundo, com ampla diversidade de produtos no varejo e crescente exigência por qualidade, rastreabilidade e certificações. Este Agrolnsight apresenta uma análise do mercado alemão de mel, incluindo dados de produção, comércio exterior, canais de distribuição, segmentação de consumo e principais exigências regulatórias. Também aborda o posicionamento dos principais fornecedores globais e as possibilidades de inserção para o produto brasileiro, especialmente em nichos de maior valor agregado.

INTRODUÇÃO

O mercado global de mel apresenta dinâmica marcada por alta demanda e produção concentrada. Com receita estimada em US\$ 54,5 bilhões em 2025, o mercado global de mel projeta um crescimento consistente nos próximos anos, com uma taxa média de crescimento anual (CAGR) de 7,86% entre 2025 e 2030 (Fig. 1). Em termos de volume, a demanda deve atingir 8,38 milhões de toneladas até 2030, com destaque para uma expansão de 6,2% já em 2026, refletindo a crescente valorização do produto (Fig. 1).

A China permanece como líder absoluta, responsável por quase um terço da produção mundial, seguida por Turquia, Irã, Índia, Argentina e Etiópia. O Brasil representa cerca de 2% a 3% da produção global, mas sua participação no mercado internacional tem potencial de expansão com produtos diferenciados, especialmente méis orgânicos e de abelhas sem ferrão.

Figura 1 – Evolução do mercado global de mel: volume e receita (2018–2030)



Fonte: Statista Market Insights, elaboração própria.

Figura 2 - Principais produtores mundiais de mel – média anual de 2021 a 2023 (mil toneladas)



Na Alemanha, o mel é um alimento tradicional, presente no café da manhã de aproximadamente metade da população. Em 2024, o consumo total do país foi de 85.100 toneladas, com consumo per capita de cerca de 1 kg por habitante, posicionando a Alemanha entre os maiores mercados consumidores do mundo. Entretanto, a produção nacional atende apenas 37% dessa demanda, evidenciando a alta dependência de importações.

A elevada demanda por mel na Alemanha reflete não apenas os hábitos alimentares e a preferência por adoçantes naturais, mas também uma crescente valorização de produtos associados à saúde e à sustentabilidade ambiental. O mercado e os consumidores demonstram forte inclinação por méis orgânicos e exigem elevados padrões de rastreabilidade, aplicáveis a todos os produtos, independentemente da certificação. No entanto, à medida que as exigências aumentam, também crescem os casos de fraudes e adulterações no país e na Europa, o que reforça a importância de certificações confiáveis e mecanismos rigorosos de controle de qualidade. A expressão “making money with honey”, é útil para ilustrar como os países que mais lucram com o produto nem sempre são os maiores produtores. Suíça, Macedônia do Norte e Canadá, por exemplo, destacam-se não pelo volume, mas pelo valor agregado. Essa constatação reforça um ponto essencial: explorar nichos, investir em diferenciação e comunicar atributos únicos do produto pode ser mais estratégico do que competir apenas em escala.

Em 2023, o Brasil ocupou a 8ª posição entre os maiores produtores de mel do mundo, com uma produção anual de 64,2 mil toneladas, segundo dados da Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO). Entre 2014 e 2023, o país registrou um crescimento de 66,8% na produção (Pesquisa da Pecuária Municipal, IBGE). Diante de sua rica diversidade botânica e potencial produtivo, e, em especial, da possibilidade de ampliar em muito a produção certificada como orgânica, o Brasil tem uma oportunidade concreta de ampliar sua presença e valorização no mercado alemão e europeu.

PRODUÇÃO, MERCADO E CONSUMO DE MEL

Segundo o Escritório Federal Alemão de Agricultura e Alimentação (BLE), em 2024 a Alemanha manteve pouco mais de um milhão de colônias de abelhas — um aumento de 1% em relação ao ano anterior. A produtividade média por colônia foi de 31 quilos de mel, valor que corresponde à média de longo prazo registrada na última década. No total, a produção nacional de mel alcançou cerca de 31.800 toneladas (Tabela 1). Entre os estados federais, a Baviera liderou com o maior volume, somando 8.900 toneladas, seguida pela Saxônia (2.600 toneladas) e Baden-Württemberg (2.500 toneladas).

Apesar da Alemanha estar entre os maiores produtores da União Europeia, junto com a Espanha, Hungria e Romênia, a baixa autossuficiência do país reforça a importância das importações para o abastecimento interno (Fig. 3).

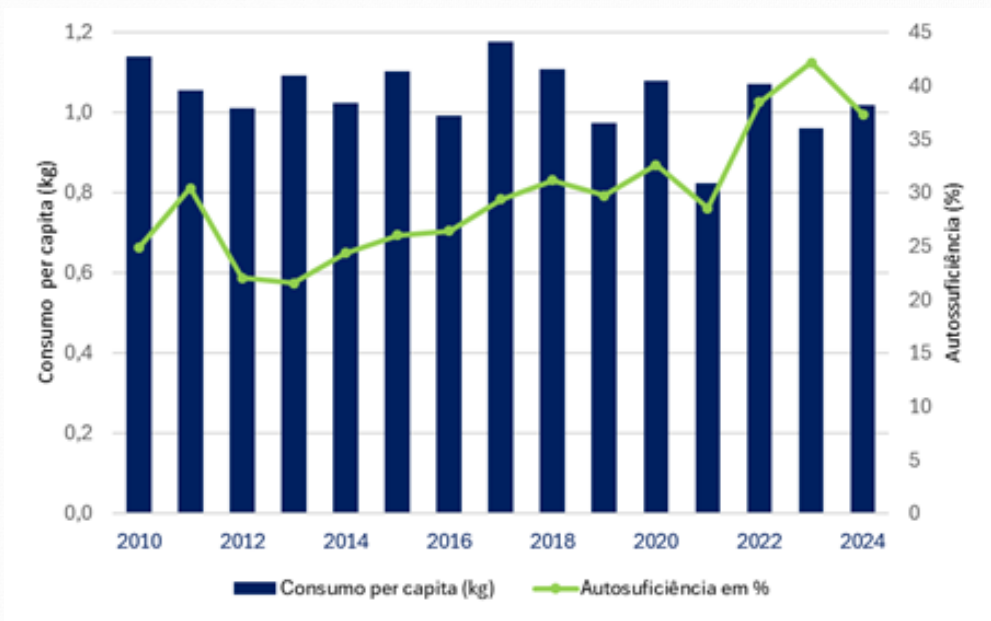
Atualmente, existem cerca de 143.000 apicultores na Alemanha. No entanto, apenas 1% dos apicultores mantêm mais de 50 colônias. Essa é considerada a escala mínima para se sustentar com a apicultura no país.

Tabela 1- Evolução da Produção, Consumo e Comércio de Mel na Alemanha (2015–2024)

Variáveis	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024 ¹⁾
Número de colmeias (1000)	772	822	877	901	942	982	982	996	1.000	1.013
Produtividade por colmeia (kg)	30	26	33	32	26	30	19	34	35	31
Produção (1000 t)	23	22	29	29	24	29	20	34	34	32
Consumo (1000 t)	90	82	97	92	81	90	69	89	80	85
per capita (g)	1.102	993	1.176	1.108	975	1.078	824	1.071	961	1.019
Grau de autossuficiência (%)	26	26	29	31	30	33	29	38	42	37

Fonte: BMLEH, 2025
Produtividade por colmeia e produção segundo levantamentos e estimativas da Associação Alemã de Apicultores.
Consumo alimentar per capita até 2022 baseado no Censo 2011, a partir de 2022 baseado no Censo 2022. ¹ Provisório.

Figura 3 - Consumo e Autossuficiência de Mel na Alemanha (2010–2024)



Fonte: BMLEH, 2025. Elaboração própria.

O consumo de mel na Alemanha reflete uma combinação de tradição e diversidade de ofertas no varejo. Em redes populares como o Kaufland (Fig.4), observa-se uma ampla variedade de méis comercializados em larga escala, com destaque para marcas conhecidas, embalagens padronizadas e preços acessíveis, incluindo misturas florais e produtos com certificações como orgânico e Fairtrade. Já em lojas especializadas e de perfil mais “saúdável”, como Denn’s Biomarkt e Reformhaus, há uma curadoria mais seletiva: o consumidor encontra méis de pequenos produtores, floradas específicas e origem regional valorizada, com apelo artesanal. Nessas lojas, também chama atenção o destaque dado ao mel de Manuka – produto importado da Nova Zelândia com forte posicionamento funcional e preço elevado (Fig.6), frequentemente exposto em vitrines protegidas e acompanhado de material promocional. A presença de misturas multiflorais (Vielblütenhonig) é comum em todas as redes, refletindo a preferência do consumidor alemão por sabores suaves e versatilidade de uso, além desse, o mel florestal (Waldhonig) e o mel cremoso também têm boa aceitação. A segmentação da oferta de acordo com o perfil da loja reforça o grau de sofisticação e segmentação do mercado alemão de mel.

Figura 4 - Gôndola do supermercado Kaufland revela a forte presença do mel no varejo popular alemão, com ampla variedade de marcas, formatos, origens e preços. A imagem evidencia a relevância comercial do produto, mesmo em redes de grande escala e baixo custo.



Fonte: Levantamento de campo realizado pela Adidância Agrícola em Berlim.

Figura 5 - Variedade de mel orgânico da marca dmBio, disponível na rede de drogarias DM na Alemanha.

A ampla oferta garante preços acessíveis e reflete a popularização do consumo de mel com apelo sustentável.



Fonte: Levantamento de campo realizado pela Adidância Agrícola em Berlim.

Figura 6 - Seleção de méis do tipo Manuka disponíveis no varejo alemão, com preços variando entre €87,96/kg e quase €300/kg.



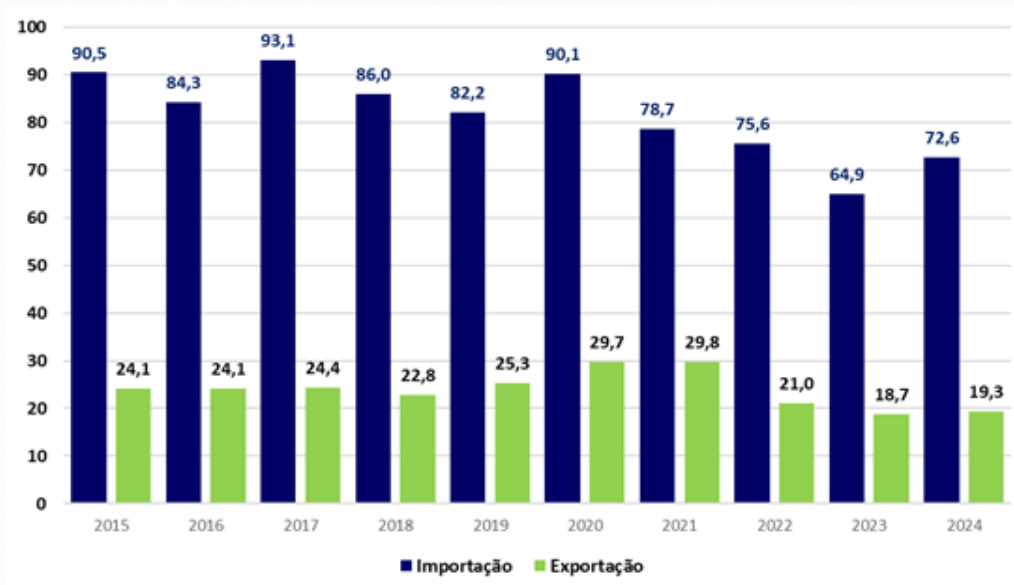
Fonte: Levantamento de campo realizado pela Adidância Agrícola em Berlim.

COMÉRCIO EXTERIOR DE MEL NA ALEMANHA

A Alemanha figura entre os maiores importadores mundiais de mel. Em 2024, o país importou de 72,6 mil toneladas de mel, sendo a Ucrânia o principal fornecedor, com 22% desse volume. Argentina, Romênia e México também se destacaram entre os principais exportadores para o mercado alemão, com participações de 14%, 7% e 7%, respectivamente. No mesmo período, a Alemanha exportou 19,3 mil toneladas, atuando como reexportadora no mercado europeu — em parte redistribuindo mel importado para países vizinhos com menor capacidade de envase ou menor tradição apícola e em parte atendendo nichos específicos com mel nacional de maior valor agregado.

A maior parte do mel importado pela Alemanha é fornecido a granel e é processado e reembalado por empresas alemãs. Isso geralmente é necessário para misturar mel polifloral em produtos mais atraentes para os consumidores alemães.

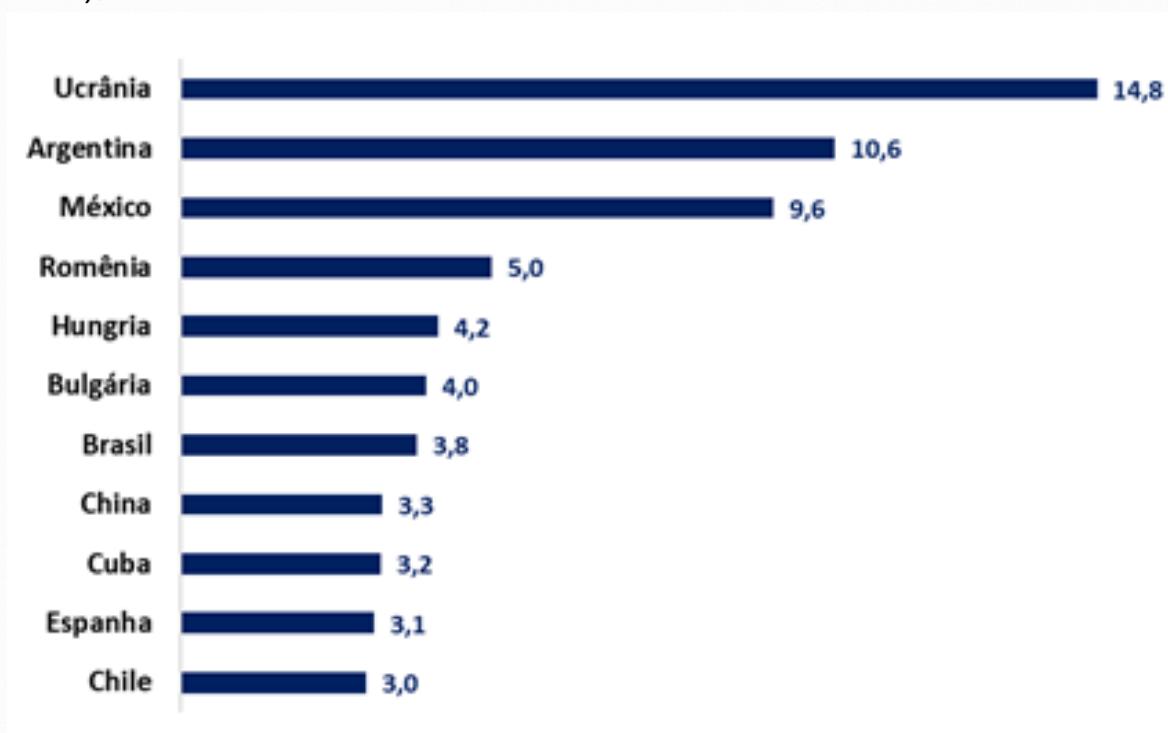
Figura 7 – Importações e exportações de mel pela Alemanha nos últimos 10 anos (em mil toneladas).



Fonte: Escritório Federal de Estatística da Alemanha (DESTATIS)

A posição da Ucrânia como principal fornecedora de mel para a Alemanha resulta de uma combinação entre elevada capacidade produtiva, localização geográfica favorável e, mais recentemente, da suspensão das tarifas de importação pela União Europeia em razão do conflito com a Rússia. A partir de janeiro de 2026, entra em vigor um novo acordo que estabelece uma cota de 35.000 toneladas com isenção tarifária. Essa flexibilização permitiu o ingresso de grandes volumes de mel ucraniano a preços reduzidos — cerca de €1,79/kg em 2024 — pressionando os apicultores locais e os fornecedores de países terceiros. Para efeito de comparação, o acordo com o Mercosul prevê uma cota livre de impostos de 45.000 toneladas. Embora o mel ucraniano tenha custo competitivo, trata-se de um produto mais padronizado e voltado a grandes volumes. Vale ressaltar que o Brasil, por sua vez, destaca-se pela diversidade de floradas, produção em áreas de alta biodiversidade e possibilidade de certificações diferenciadas. No mercado alemão, há demanda por produtos com identidade, procedência clara e valor agregado — características em que o mel brasileiro pode se sobressair, mas que dependem de um esforço considerável de promoção.

Figura 8 - Principais fornecedores de mel para a Alemanha – volume médio anual (2020–2024), em mil toneladas.



Fonte: ITC/DESTATIS, 2025

Em termos de valor, o mercado alemão de mel movimenta cifras expressivas. Entre os países membros da União Europeia, a Romênia registrou em 2023 um preço médio de importação de € 3,50/kg. A Ucrânia, principal fornecedora da Alemanha, exportou mel por € 2,63/kg, mantendo preços competitivos no mercado europeu. Entre os países da América Latina, a Argentina — terceira maior fornecedora da Alemanha — teve um preço médio de € 3,09/kg, enquanto o Brasil alcançou € 3,61/kg. No outro extremo, a Nova Zelândia apresentou o maior valor, com € 29,41/kg, reflexo da forte valorização do mel Manuka.

REGULAMENTAÇÃO

Para acessar o mercado alemão, exportadores brasileiros de mel devem cumprir requisitos sanitários, de qualidade e rotulagem definidos pela União Europeia e complementados por regulamentações nacionais. O mel comercializado na Alemanha deve ser 100% natural, sem aditivos, conservantes ou açúcares adicionados.

As empresas exportadoras precisam estar registradas no sistema europeu TRACES (Trade Control and Expert System), que gerencia a rastreabilidade de produtos de origem animal importados. O Brasil está habilitado como país exportador, e as remessas devem ser acompanhadas de certificado sanitário internacional emitido pelo MAPA, compatível com os requisitos da UE. Em 2024, 32 empresas brasileiras estavam habilitadas para exportar produtos apícolas à União Europeia.

Embora não obrigatórias, certificações adicionais são cada vez mais valorizadas pelos compradores e consumidores alemães. Selos de produção orgânica, certificações fairtrade, garantias de rastreabilidade e marketing de origem agregam valor e contribuem para a inserção competitiva do produto. O mercado alemão, sensível a fraudes e à qualidade do mel importado, também é influenciado pelas recomendações técnicas do Codex Alimentarius e pelas exigências de associações como o Deutscher Imkerbund (D.I.B.), que mantêm padrões frequentemente mais exigentes do que a legislação europeia.

Quadro Regulatório do mel na UE e na Alemanha

Diretiva do Mel da UE – Council Directive 2001/110/EC, de 20 de dezembro de 2001, estabelece a definição, composição (teores de frutose, glicose, HMF, umidade, atividade enzimática etc.) e requisitos de rotulagem para o mel na EU.

Regulamento de atualização – Directive (EU) 2024/1438, aprovada em 14 de maio de 2024, introduz medidas mais restritivas, como a exigência de declaração detalhada de países de origem no rótulo (com percentuais e ordem decrescente), harmonização de métodos analíticos e reforço da rastreabilidade. A transposição nacional deve ocorrer até dezembro de 2025, com aplicação plena prevista a partir de junho de 2026.

Regulamento Europeu de Informação ao Consumidor – Regulation (EU) No 1169/2011 estabelece requisitos gerais sobre rotulagem de alimentos na UE, como data de validade, lote, origem, nome do produtor/envase, entre outros.

Regulamentos sobre resíduos – Regulation (EC) No 470/2009 e a Diretiva 2377/90 definem os limites máximos de resíduos (MRLs) de antibióticos e medicamentos veterinários no mel.

Honigverordnung (Regulamento Alemão do Mel) – regulamento federal alemão em vigor desde 2004 (alterado pela última vez em 2017), baseia-se na Diretiva da UE e define critérios específicos de pureza, rotulagem, denominações (ex: mel filtrado, mel cremoso, mel de urze etc.), requisitos de lote, marcação clara e condutas proibidas.

Leitsätze für Honig (diretrizes alemãs para o mel) – conjunto de normas técnicas do Livro Alemão dos Gêneros Alimentícios (publicação de 2011), que contempla especificações de qualidade, rotulagem e critérios interpretativos complementares à Honigverordnung (Regulamento Alemão do Mel).

CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES

Exportadores brasileiros de mel que almejam acessar ou ampliar sua presença no mercado alemão devem compreender a segmentação, os canais de entrada e o perfil concorrencial do país. A Alemanha concentra grande parte da demanda em mel de mesa, sendo o mel a granel convencional o mais importado e utilizado como matéria-prima por embaladores e usuários industriais.

Nesse cenário, parcerias com importadores que também atuam como embaladores podem ser interessantes, já que concentram o fornecimento tanto ao varejo quanto à indústria de alimentos, cosméticos e farmacêuticos. Esses parceiros não apenas cuidam da logística e rotulagem, mas frequentemente desenvolvem produtos de marca própria, com ampla capilaridade na distribuição.

Importadores menores abastecem canais especializados, como lojas de orgânicos, produtos naturais e redes regionais. Para acessar esse segmento de maior valor na Alemanha, recomenda-se contatar importadores especializados e varejistas de produtos naturais e premium. É possível identificar potenciais parceiros comerciais por meio da Associação Alemã do Mel e em eventos setoriais como ANUGA e BioFach.

Já os grandes importadores atendem supermercados e atacadistas, incluindo grupos como D. Schumacher, Honig-WERNET e Tuchel & Sohn. Entre os principais atacadistas que operam no setor alimentício destacam-se Allos e Wilhelm Reuss, além de estruturas integradas como Intergast e Service Bund. Grandes redes varejistas, como Edeka, Rewe, METRO, Lidl e Aldi, mantêm operações combinadas de atacado e varejo, com cadeias logísticas próprias, o que reduz a intermediação e favorece fornecedores que já atendam aos padrões exigidos.

Adicionalmente, conhecer o posicionamento dos concorrentes diretos, como Ucrânia, Argentina e México, permite avaliar com mais precisão as possibilidades de inserção no mercado alemão, considerando aspectos logísticos, reputacionais e regulatórios.

Por fim, recomenda-se que exportadores brasileiros consultem a lista de membros da Associação Alemã de Apicultores (Deutscher Imkerbund – D.I.B.) para identificar potenciais compradores e obtenham informações atualizadas sobre exigências técnicas e comerciais.