

O Mercado do Mel Natural na Alemanha



Berlim, setembro de 2018



Embaixada do Brasil na Alemanha

Setor de Promoção Comercial

PESQUISA DE MERCADO - PMR

Discriminação:	Embaixada em Berlim
Número de Série:	
Posto/SECOM:	SECOM-BERLIM
Data de Preenchimento	28/09/2018
Código NCM:	04090000
Descrição do Produto	Mel natural
Limite de validade:	28/09/2021
País importador:	Alemanha
Observações:	Veja Documento
Responsável pela elaboração:	Dra. Valkiria von Roenne
Função/Cargo:	Assistente Técnica
Telefone:	+ 49 30 72 628 220
Fax:	+ 49 30 72 628 199
E-Mail:	valkiria.vonroenne@itamaraty.gov.br
Nome do arquivo em Adobe Acrobat Reader:	Mel Natural.pdf
Aprovado por:	Milena Marques Vieira, Secretária Subchefe do SECOM-Berlim

ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO	4
2. DESCRIÇÃO DO PRODUTO	6
3. DADOS ESTATÍSTICOS	6
3.1 Comércio exterior alemão de mel natural	6
3.2 Evolução das importações alemãs de mel natural, de 2013 a 2017	7
3.3 Importações alemãs de mel natural, em 2017	12
4. CARACTERÍSTICAS DO MERCADO	13
5. CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO E CADEIA DE COMERCIALIZAÇÃO.....	18
6. NORMAS, REGULAMENTOS, CERTIFICAÇÕES	19
7. ENDEREÇOS DE FEIRAS NA ALEMANHA	22
8. ACESSO AO MERCADO E TRATAMENTO ADUANEIRO.....	24
9. OBSERVAÇÕES SOBRE O MEL BRASILEIRO E O MERCADO ALEMÃO.....	25
ANEXO.....	29

1. Introdução

A apicultura desempenha um papel fundamental no desenvolvimento sustentável das zonas rurais. No Brasil¹, a apicultura tem um papel econômico e social importante para muitas famílias. A atividade gera emprego e presta um importante serviço para o ecossistema devido à polinização, que, por sua vez, contribui para a melhoria da biodiversidade e para a segurança alimentar mundial.

Estudos realizados pela Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO) revelaram que o aumento da densidade e da diversidade dos insetos polinizadores tem um impacto direto na produtividade das culturas, podendo, por isso, contribuir para que os pequenos agricultores aumentem a sua produtividade média global em até 24 %. O setor é, portanto, também essencial para todo o setor agrícola.

A cadeia produtiva brasileira envolve cerca de 350 mil apicultores, em sua maioria de agricultura/apicultura familiar. Centenas de associações e cooperativas de pequenos produtores e exportadores de mel geram 450 mil postos de trabalho no campo e 16 mil empregos diretos e indiretos no setor industrial. A Confederação Brasileira de Apicultura estima que o número de apicultores tenha aumentado 4,5% nos últimos dez anos, e que a cadeia produtiva do mel movimentou 360 milhões de dólares no Brasil.

Graças à biodiversidade, ao clima, ao solo, às floradas, à genética das abelhas e à localização geográfica do país, que propiciam ambiente favorável ao habitat das abelhas, o Brasil produz mel ao longo do ano todo, e se coloca entre os maiores produtores mundiais². Em 2016, a produção de mel brasileira totalizou 39,6 mil toneladas³, das quais 17,1 mil toneladas tiveram como origem o sul do país.

Uma vantagem do Brasil em comparação aos países do Hemisfério Norte⁴ é a introdução de espécie de abelha de origem africana que se tornou muito mais produtiva e resistente às pragas e doenças do que as europeias e americanas. As africanizadas, encontradas hoje em quase todas as colmeias produtivas brasileiras, só passaram a existir a partir de 1956, quando, por acidente, essas abelhas escaparam dos laboratórios e, na natureza, formaram um híbrido com a espécie europeia que já vivia no país desde o século XIX. Assim, o Brasil ainda consegue produzir mel sem uso de medicamentos (produtos químicos), o que faz destacar o país no mercado pela qualidade do produto.

Surtos de doenças, agricultura intensiva, exposição a químicos, perda do habitat natural e condições climáticas adversas ameaçam, entretanto, a sobrevivência das colmeias.

As culturas transgênicas, cujos pólenes também podem contaminar o mel (de soja, por exemplo), representam ameaça ao mel orgânico. Importante lembrar que o consumidor europeu tem muitas

¹ Associação Brasileira dos Exportadores de Mel, ABEMEL. Disponível em <<http://brazillletsbee.com.br>>. Acesso em 2 jul. 2018.

² TRENDRR. Disponível em <<https://www.trendrr.net/6124/top-10-largest-honey-producing-countries-world-famous-best/>>. Acesso em 4 jul. 2017.

³ Caderno Setorial ETENE ano 3 | nº 30 | Abril | 2018. Banco do Nordeste. Produção de mel na área de atuação do BNB entre 2011 e 2016. Maria de Fatima Vidal. Disponível em <https://www.bnb.gov.br/documents/80223/3183360/30_apicultura_04-2018.pdf/45478af7-ac21-e8a1-cc12-dcf58e5a454e>. Acesso em: 14 jul. 2018.

⁴ Sistema de Gestão do Acervo Documental e Digital da Embrapa (AINFO). Apicultura. Mel brasileiro conquista o mercado externo. Disponível em <<https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/31892/1/REVFINEPAPICULTURAPI.pdf>>. Acesso em: 14 jul. 2018.

vezes a percepção de que o mel produzido na América do Sul é um produto contaminado com componentes geneticamente modificados.

Em 2006, a União Europeia (UE) estabeleceu um embargo comercial proibindo a exportação do mel brasileiro para o mercado europeu, por constatar persistência de falhas no sistema de monitoramento de resíduos no produto - apontadas anteriormente em 2003. A UE alegou descumprimento dos prazos de implantação do Programa Nacional de Controle de Resíduos (PNCR). O fim do embargo europeu ao mel brasileiro ocorreu em março de 2008, com a implementação do Plano Nacional de Controle de Resíduos e Contaminantes (PNCRC), que estabelece o monitoramento do produto, o aumento do número de amostras a serem examinadas, mais empenho na fiscalização e controle de resíduos. Atendidas as exigências relativas ao cumprimento da implantação do PNCR e do PNCRC, os entrepostos brasileiros passaram, ademais, a cumprir o sistema Hassap, também conhecido como Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle (APPCC), outra norma da UE.

Produtores e exportadores de produtos apícolas brasileiros empregam, entre outras estratégias, as Boas Práticas Apícolas (BPA), que garantem uma produção segura com a aplicação e registro dos princípios higiênicos e sanitários em todo o processo produtivo, desde o campo até a extração e envio do mel ao entreposto. Observam, por igual, as Boas Práticas de Fabricação (BPF), conhecidas internacionalmente como „*Good Manufactures Practices*“ (GMP), que se referem a um conjunto de princípios, regras e procedimentos que regem o correto manuseio de alimentos, abrangendo desde a matéria-prima até o produto final. Ademais, adotam o „Programa de Segurança Alimentar“ (SAP), incluindo o sistema de rastreabilidade do produtor ao consumidor. O Brasil também possui o Programa de Padronização da Cadeia Apícola Nacional, que garante a qualidade dos produtos e processos.

Segundo dados do Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços⁵ (MDIC), o Brasil exportou, em 2017, um total de 27,05 mil toneladas de mel natural (US\$ 121,30 milhões); em 2016, 24,20 mil toneladas (US\$ 92,03 milhões); e, em 2013, 16,18 mil toneladas (US\$ 54,12 milhões). Os dados indicam, portanto, aumento de 12%, em volume e de 32%, em valor, em relação a 2016, e crescimento de 67%, em volume e de 124%, em valor, comparado a 2013. As vendas externas brasileiras, em 2017, tiveram como principais destinos os EUA (23,23 mil toneladas, US\$ 104,10 milhões, participação de 85,8%, em volume, e valor, do total embarcado para o exterior). A Bélgica foi o segundo principal mercado para o mel brasileiro (913,54 toneladas, US\$ 4,18 milhões, 3,4% do total embarcado para o exterior). Outros países de destino do mel brasileiro foram o Canadá (904,30 toneladas, US\$ 4,00 milhões, 3,3%), a Alemanha (818,38 toneladas, US\$ 3,64 milhões, 3,0%) e o Reino Unido (363,28 toneladas, US\$ 1,61 milhão, 1,3%). Observa-se que o preço médio anual de exportação brasileira para os EUA, de US\$/kg 4,48, foi superior ao das vendas para a Alemanha (US\$/kg 4,44) para o Canadá e para o Reino Unido (US\$/kg 4,43). As vendas para a Bélgica, segundo maior país de destino das exportações brasileiras, em contrapartida, foram a preço médio anual superior, de US\$/kg 4,57. Cabe mencionar, a propósito, que, entre 2013 e 2017, as vendas brasileiras para os EUA cresceram (+95%, em volume, +162%, em valor), enquanto as exportações para a Alemanha decresceram (-30%, em volume, -5%, em valor).

Os números do MDIC mostram, ainda, que o mel ocupou a 181ª posição na pauta das exportações totais brasileiras em 2017. São Paulo⁶, com 31,3% do volume embarcado, foi a unidade da Federação que mais exportou o produto. Além de São Paulo, outros cinco estados: Paraná, Piauí,

⁵ Comex Stat/MDIC. Disponível em <<http://comexstat.mdic.gov.br/pt/home>>. Acesso em: 19 ag. 2018.

⁶ Comex do Brasil. Disponível em <<https://www.comexdobrasil.com/exportacoes-de-mel-crescem-318-em-2017-e-eua-absorvem-86-das-vendas-totais-do-brasil/>>. Acesso em: 14 jul. 2018.

Santa Catarina, Minas Gerais e Rio Grande do Sul, se destacaram entre os maiores exportadores brasileiros de mel.

Com o objetivo de promover as exportações de mel brasileiro, a ABEMEL, em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil), desenvolveu o projeto Projeto Brazil Let's Bee, marca que expressa os valores do setor apícola brasileiro e de seus produtos, e tem como meta a consolidação do Brasil como produtor no mercado internacional.

A presente avaliação tem por objetivo apresentar dados sobre a situação do segmento de mel natural na Alemanha, além de fornecer sugestões para aumentar a presença brasileira no mercado local.

2. Descrição do produto

Descrição do produto, segundo a nomenclatura de mercadorias para as estatísticas de comércio exterior, 2017, do Departamento Federal de Estatísticas „Statistisches Bundesamt“ Wiesbaden:

Capítulo 4: Leite e laticínios; ovos de aves; mel natural; produtos cosmetíveis de origem animal, não especificados nem compreendidos noutros capítulos.

Código NC	Descrição
0409 00 00	Mel natural (“Natürlicher Honig”)

3. Dados estatísticos

3.1 Comércio exterior alemão de mel natural

Tabela Nr. 1: Comércio exterior alemão de mel natural, NC 04090000

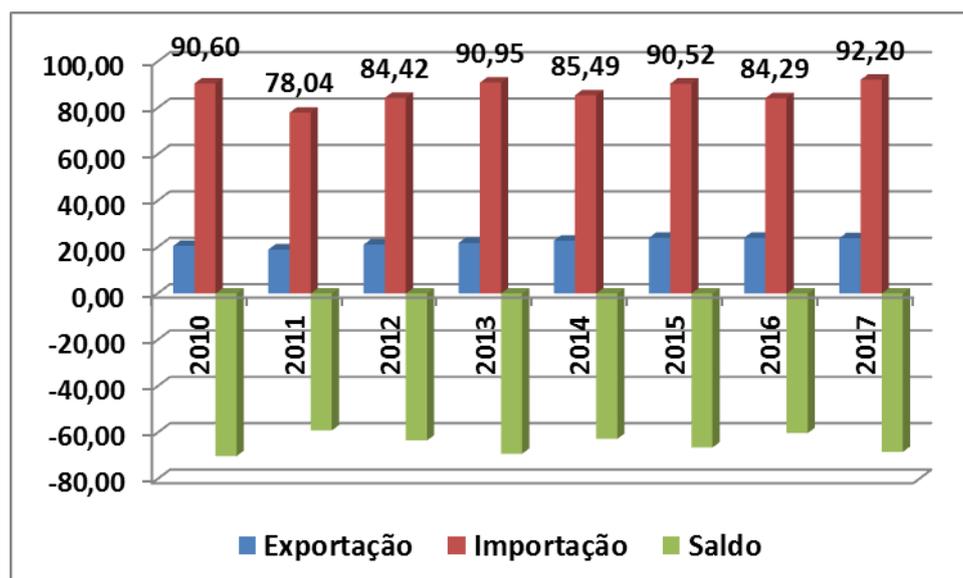
ANO	Exp. (Mil t)	Exp. (US\$ milhão)	Imp. (Mil t)	Imp. (US\$ milhão)	Saldo (Mil t)	Saldo (US\$ milhão)	Var. % Imp. (vol.)
2010	20,58	111,52	90,60	294,44	-70,02	-182,92	-
2011	19,03	115,14	78,04	272,54	-59,01	-157,39	-13,86
2012	21,11	121,27	84,42	281,63	-63,31	-160,36	8,18
2013	21,92	130,95	90,95	325,34	-69,03	-193,39	7,74
2014	22,87	140,85	85,49	320,63	-62,61	-179,77	-6,00
2015	24,13	132,37	90,52	332,30	-66,39	-199,93	5,88
2016	24,12	136,85	84,29	279,09	-60,17	-142,25	-6,88
2017	23,96	138,90	92,20	310,40	-68,23	-171,50	9,38

Fonte: Elaboração SECOM-Berlim com dados do Statistisches Bundesamt

Como se pode observar, o comércio exterior alemão de mel natural mostrou-se deficitário entre 2010 e 2017. Os dados mostram importações de US\$ 294 milhões (91 mil toneladas), e exportações de 112 milhões (21 mil toneladas), em 2010, e importações de 310 milhões (92 mil toneladas), e exportações de US\$ 139 milhões (24 mil toneladas), em 2017. Os números indicam, portanto, um déficit na balança comercial de US\$ 183 milhões (70 mil toneladas), em 2010, e de US\$ 172 milhões (68 mil toneladas), em 2017.

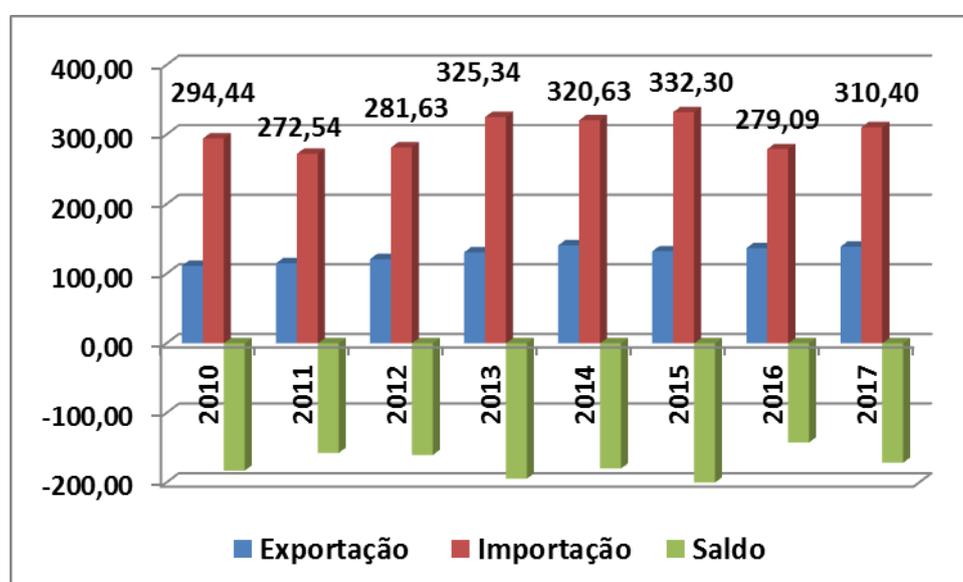
Os dados registram, ainda, aumento de 9% das importações em 2017 comparado ao ano anterior, em volume, e crescimento de 2%, entre 2010 e 2017.

Comércio exterior de mel natural, no período entre 2010 e 2017, em volume (mil toneladas)



Fonte: Elaboração SECOM-Berlim, com dados do Statistisches Bundesamt

Comércio exterior de mel natural, no período entre 2010 e 2017, em valor (US\$ milhão)



Fonte: Elaboração SECOM-Berlim, com dados do Statistisches Bundesamt

3.2 Evolução das importações alemãs de mel natural, de 2013 a 2017

A. Evolução das importações alemãs de mel natural, de 2013 a 2017, e participação brasileira.

Tabela Nr. 2: Evolução das importações alemãs de mel natural, de 2013 a 2017, e participação brasileira.

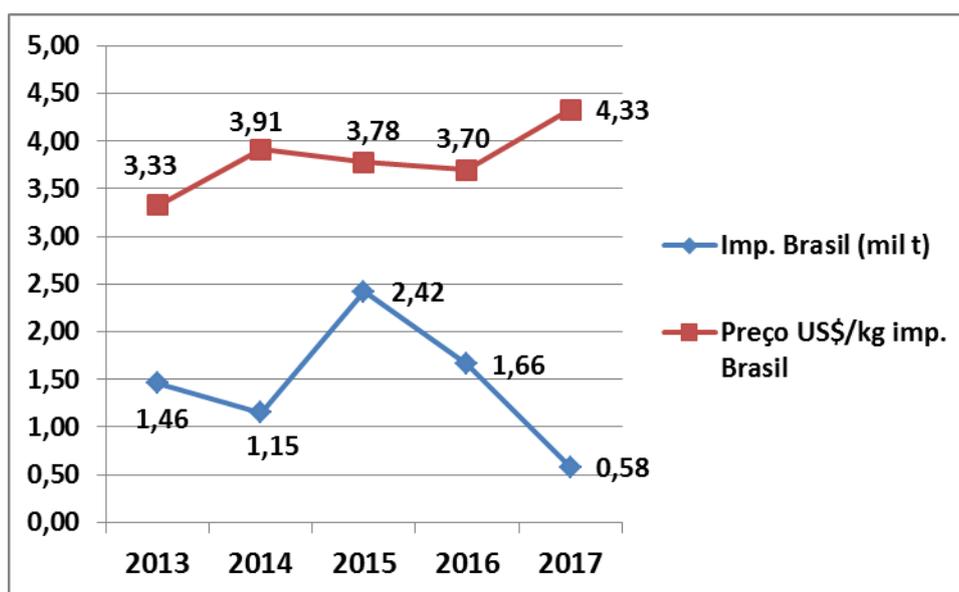
Ano	Imp. Total (Mil US\$)	Imp. Total (t)	Preço US\$/kg	Imp. Brasil (Mil US\$)	Imp. Brasil (t)	Var. % (Imp.)	Part. % Brasil (vol.)	Preço US\$/kg (Imp. Brasil)	Var. % (Preço Imp. Brasil)
2013	325 340	90 954,3	3,58	4 848	1 456,6	-	1,60	3,33	-
2014	320 627	85 485,7	3,75	4 494	1 149,5	-21,08	1,34	3,91	17,42
2015	332 300	90 520,3	3,67	9 135	2 415,4	110,13	2,67	3,78	-3,32

2016	279 094	84 287,4	3,31	6 136	1 659,8	-31,28	1,97	3,70	-2,12
2017	310 400	92 195,1	3,37	2 488	575,1	-65,35	0,62	4,33	17,03

Fonte: Elaboração SECOM-Berlim com dados do Statistisches Bundesamt

A tabela acima mostra a evolução das importações alemãs de mel natural, de 2013 a 2017. Os dados revelam o melhor desempenho do Brasil em 2015 (+110% em relação a 2014), e participação de 3% do mercado, a preços 3% inferiores aos do ano anterior. Observa-se redução da participação do Brasil nas importações alemãs, de 2% (em volume), em 2013, para 1%, em 2017, a preços médios anuais sempre superiores aos das importações totais da Alemanha. Enquanto o preço médio anual das importações totais alemãs diminuiu 6%, de US\$/kg 3,58, em 2013, para US\$/kg 3,37, em 2017, o das vendas brasileiras para a RFA aumentou 30%, de US\$/kg 3,33, em 2013, para US\$/kg 4,33, em 2017. Os dados indicam a existência de correlação entre o preço e o volume de importação. (Quanto maior o preço, menor a importação).

Evolução das importações alemãs de mel natural provenientes do Brasil, de 2013 a 2017, em volume (mil toneladas) e preços médios anuais de importação (US\$/kg)



Fonte: Elaboração SECOM-Berlim com dados do Statistisches Bundesamt

B. Importações alemãs de mel natural, de 2013 a 2017, e participação de países selecionados, em volume (mil toneladas)

Tabela Nr. 3: Evolução das importações alemãs de mel natural, de 2013 a 2017, e participação de países selecionados, em volume (mil toneladas)

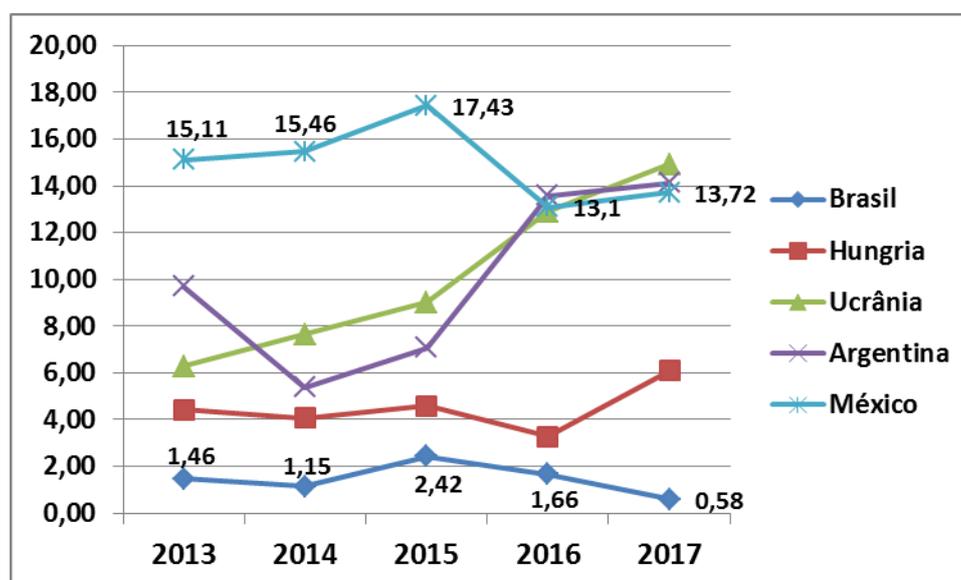
	Imp. 2013	Imp. 2014	Imp. 2015	Imp. 2016	Imp. 2017	Var. % Imp. 17/13
Brasil	1,46	1,15	2,42	1,66	0,58	-60,27
Bulgária	6,10	4,30	4,64	3,96	4,85	-20,49
Romênia	7,15	3,93	5,19	4,23	4,53	-36,64
Espanha	5,53	4,31	3,89	4,90	4,34	-21,52
Hungria	4,43	4,07	4,59	3,28	6,08	37,25
Ucrânia	6,27	7,66	9,01	12,89	14,92	137,96
Argentina	9,71	5,38	7,08	13,59	14,12	45,42
Chile	4,36	3,84	6,53	4,78	3,73	-14,45

Cuba	3,87	4,50	3,86	3,08	5,28	36,43
México	15,11	15,46	17,43	13,10	13,72	-9,20
Uruguai	1,74	3,08	2,43	1,97	1,78	2,30
China	5,35	7,47	7,74	5,18	4,71	-11,96
Total RFA (mil toneladas)	90,95	85,49	90,52	84,29	92,20	1,37

Fonte: Elaboração SECOM-Berlim com dados do Statistisches Bundesamt

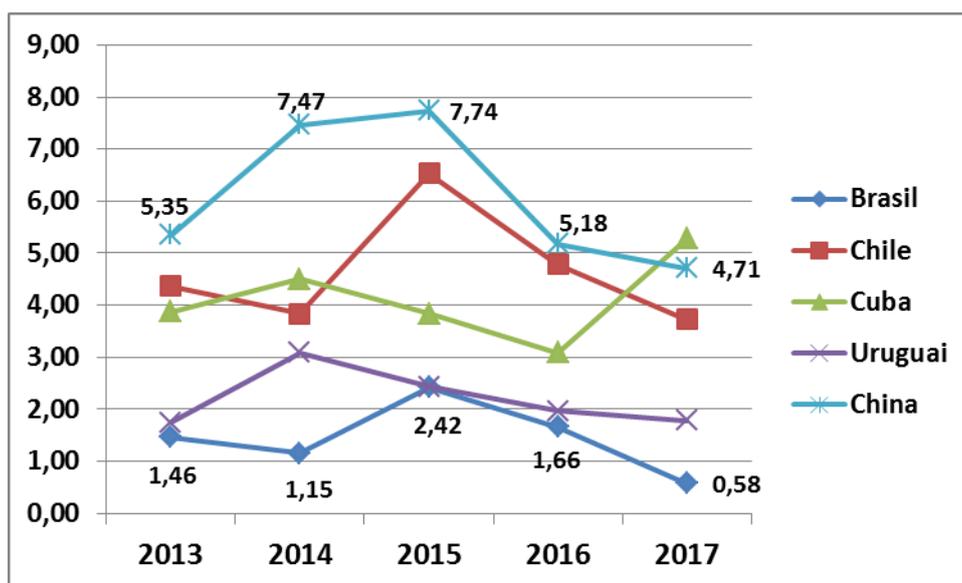
Os dados acima mostram que a Alemanha aumentou em 1% suas compras de mel natural entre 2013 e 2017, passando de 91 mil toneladas, em 2013, para 92 mil toneladas, em 2017. Os números indicam bom desempenho exportador da Ucrânia (+138%), da Argentina (+45%), da Hungria (+37%) e de Cuba (+36%). Em contrapartida, registram a perda de mercado, entre outros, do Brasil (-60%), da Romênia (-37%), da Espanha (-22%), da Bulgária (-20%), do Chile (-14%), da China (-12%) Romênia e do México (-9%).

Evolução das importações alemãs de mel natural, de 2013 a 2017, e participação de países selecionados, em mil toneladas



Fonte: Elaboração SECOM-Berlim com dados do Statistisches Bundesamt

Evolução das importações alemãs de mel natural, de 2013 a 2017, e participação de países selecionados, em mil toneladas



Fonte: Elaboração SECOM-Berlim com dados do Statistisches Bundesamt

C. Importações alemãs de mel natural, de 2013 a 2017, e preços médios anuais de países selecionados

Tabela Nr. 4: Evolução das importações alemãs de mel natural, de 2013 a 2017, participação de países selecionados, em volume (mil toneladas), e preços médios anuais.

	Imp. 2013 (Part.%)	Preço US\$/kg	Imp. 2014 (Part.%)	Preço US\$/kg	Imp. 2015 (Part.%)	Preço US\$/kg	Imp. 2016 (Part.%)	Preço US\$/kg	Imp. 2017 (Part.%)	Preço US\$/kg
Brasil	1,46 (1,60%)	3,33	1,15 (1,34%)	3,91	2,42 (2,67%)	3,78	1,66 (1,97%)	3,70	0,58 (0,62%)	4,33
Bulgária	6,10 (6,70%)	3,91	4,30 (5,03%)	4,16	4,64 (5,12%)	3,94	3,96 (4,70%)	4,02	4,85 (5,26%)	4,08
Romênia	7,15 (7,86%)	4,31	3,93 (4,59%)	4,76	5,19 (5,73%)	4,24	4,23 (5,01%)	4,03	4,53 (4,91%)	4,06
Espanha	5,53 (6,08%)	4,62	4,31 (5,04%)	5,22	3,89 (4,29%)	4,75	4,90 (5,81%)	4,07	4,34 (4,70%)	4,76
Hungria	4,43 (4,87%)	4,33	4,07 (4,76%)	4,94	4,59 (5,07%)	4,22	3,28 (3,89%)	3,77	6,08 (6,59%)	3,99
Ucrânia	6,27 (6,90%)	2,73	7,66 (8,96%)	2,92	9,01 (9,96%)	2,57	12,89 (15,29%)	2,27	14,92 (16,18%)	2,01
Argentina	9,71 (10,68%)	3,05	5,38 (6,29%)	3,52	7,08 (7,82%)	3,53	13,59 (16,12%)	2,57	14,12 (15,31%)	2,64
Chile	4,36 (4,80%)	3,45	3,84 (4,50%)	3,97	6,53 (7,22%)	4,08	4,78 (5,67%)	3,04	3,73 (4,05%)	3,31
Cuba	3,87 (4,25%)	3,04	4,50 (5,26%)	3,20	3,84 (4,24%)	3,07	3,08 (3,65%)	2,83	5,28 (5,73%)	2,67
México	15,11 (16,61%)	3,36	15,46 (17,15%)	3,56	17,43 (19,25%)	3,59	13,10 (15,55%)	3,47	13,72 (14,88%)	3,24
Uruguai	1,74 (1,93%)	3,38	3,08 (3,60%)	3,54	2,43 (2,69%)	3,45	1,97 (2,33%)	2,75	1,78 (1,94%)	2,79
China	5,35 (5,88%)	2,09	7,47 (8,74%)	2,03	7,74 (8,55%)	2,12	5,18 (6,14%)	2,21	4,71 (5,11%)	2,27
Total RFA (Mil toneladas)	90,95 (100%)	3,58	85,49 (100%)	3,75	90,52 (100%)	3,67	84,29 (100%)	3,31	92,20 (100%)	3,37

Fonte: Elaboração SECOM-Berlim com dados do Statistisches Bundesamt

A Alemanha importou um total de 91 mil toneladas de mel natural em 2013, e 92 mil toneladas em 2017, o que significou aumento de 1% no período considerado. O preço médio anual de importação, por outro lado, diminuiu, de US\$/kg 3,58, em 2013, para US\$/kg 3,37, em 2017, o que correspondeu a uma redução de 6%, apesar de ter registrado aumento de 2%, entre 2016 e 2017.

O Brasil exportou 1,46 mil toneladas a US\$/kg 3,33, em 2013; 1,66 mil toneladas, a US\$/kg 3,70, em 2016, e 0,58 mil toneladas, a US\$/kg 4,33, em 2017. Os dados indicam aumento de 17% do preço médio anual entre 2017 e 2016, e variação de 30%, entre 2017 e 2013.

Os números mostram redução do preço médio anual das vendas da Ucrânia para a Alemanha a partir de 2014 (2014: US\$/kg 2,92, 2015: US\$/kg: 2,57, 2016: US\$/kg: 2,27, 2017: US\$/kg 2,01), e coincidem com o aumento da presença do país no mercado local. Em 2017, aquele país tornou-se o maior fornecedor (2014: participação de 9%, 2015: 10%, 2016: 15%, 2017: 16%).

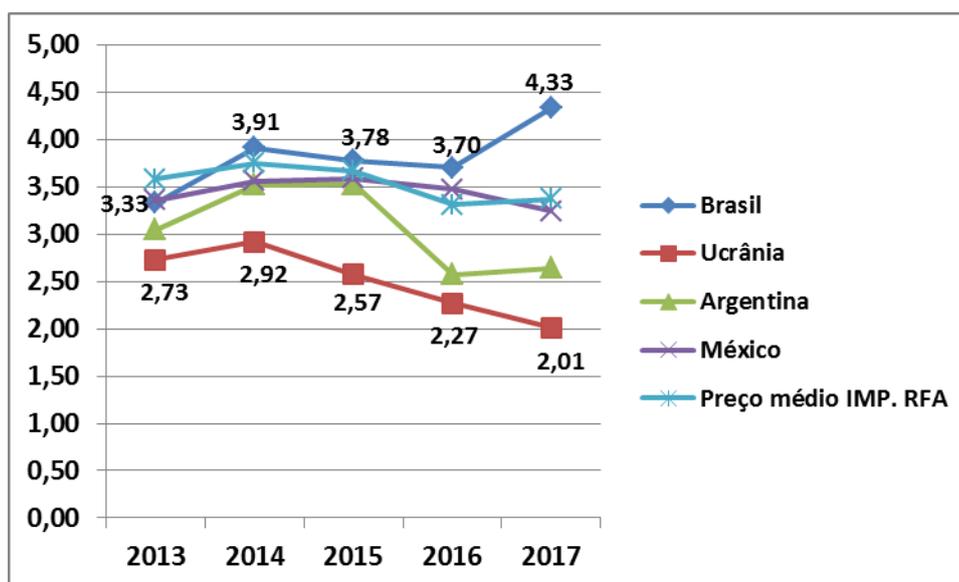
Observa-se que em 2016, a Argentina foi o maior exportador de mel para a Alemanha, com participação de 16% do mercado, em volume, e vendas a US\$/kg 2,57, o menor preço registrado entre 2013 e 2017 pelo país.

O México foi o maior fornecedor de mel de 2013 a 2015 (2013: participação de 17%, em volume; 2014: 17%; 2015: 19%), a preços médios anuais de US\$/kg 3,36, em 2013; de US\$/kg 3,56, em 2014, e de US\$/kg 3,59, em 2015. A participação do país em 2017, em valor, foi todavia superior à de seus concorrentes (14%).

As cifras indicam, ainda, que os menores preços médios anuais dentre os principais fornecedores para a Alemanha foram da China, de 2013 (US\$/kg 2,09) a 2016 (US\$/kg 2,21). Em 2017, as vendas da Ucrânia (US\$/kg 2,01) foram a preços ainda inferiores aos da China (US\$/kg 2,27).

O preço médio anual de importação alemã de mel proveniente do Brasil foi, em 2017, 28% superior ao da média anual da Alemanha. Em contrapartida, os preços da Ucrânia (-40%), da China (-33%), do Uruguai (-17%), da Argentina (-22%), e de Cuba (-21%), foram inferiores ao da média anual de importação alemã.

Evolução do preço médio anual das importações alemãs de mel natural, de 2013 a 2017, e participação de países selecionados, em US\$/kg



Fonte: Elaboração SECOM-Berlim com dados do Statistisches Bundesamt

3.3 Importações alemãs de mel natural, em 2017

Tabela Nr. 5: Importações alemãs de mel natural, código 04090000, e principais países fornecedores, no ano 2017

Pos.	Países	Mil US\$	Toneladas	Preço US\$/kg	Part. % (valor)	Part. % (vol.)
1	Ucrânia	30 016	14 920,5	2,01	9,67	16,18
2	Argentina	37 236	14 117,1	2,64	12,00	15,31
3	México	44 472	13 721,8	3,24	14,33	14,88
4	Hungria	24 261	6 079,0	3,99	7,82	6,59
5	Cuba	14 120	5 279,2	2,67	4,55	5,73
6	Bulgária	19 815	4 854,0	4,08	6,38	5,26
7	China	10 681	4 710,5	2,27	3,44	5,11
8	Romênia	18 407	4 528,5	4,06	5,93	4,91
9	Espanha	20 626	4 336,5	4,76	6,64	4,70
10	Chile	12 343	3 731,0	3,31	3,98	4,05
11	Itália	13 541	2 592,4	5,22	4,36	2,81
-	Uruguai	4 971	1 784,2	2,79	1,60	1,94
-	Brasil	2 488	575,1	4,33	0,80	0,62
-	Tailândia	776	331,3	2,34	0,25	0,36
-	Nova Zelândia	14 309	310,7	46,05	4,61	0,34
	Demais Países	42 338	10 323,3	4,10	13,64	11,21
	Importações totais	310 400	92 195,1	3,37	100,00	100,00

Fonte: Elaboração SECOM-Berlim com dados do Statistisches Bundesamt

Como se pode observar, a Alemanha importou, em 2017, a soma de 92,20 mil toneladas de mel natural (US\$ 310,40 milhões), a preços médios anuais de US\$/kg 3,37.

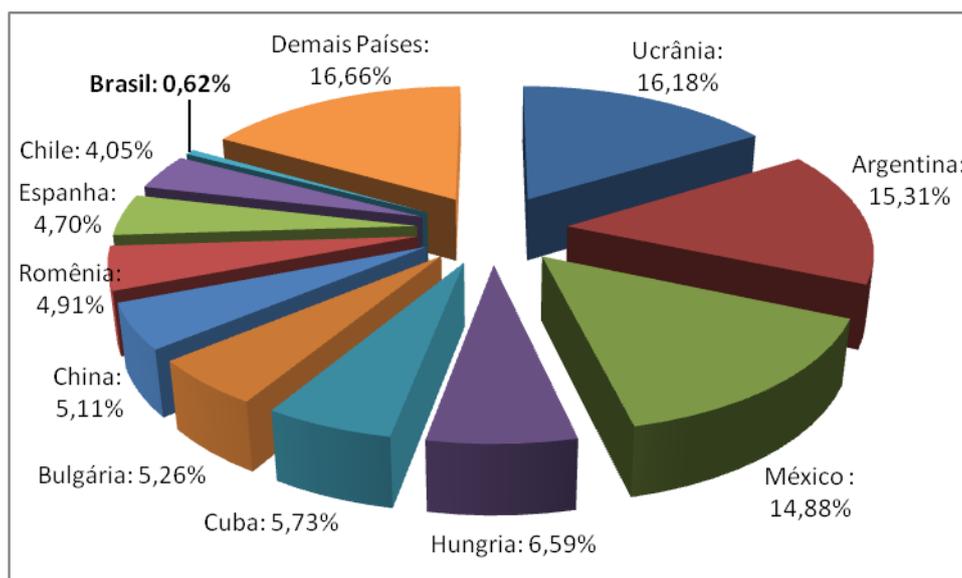
Os dados mostram que a Ucrânia (16%), a Argentina (15%), e o México (15%) foram os principais fornecedores de mel para a Alemanha, em volume. Dentre os dez maiores fornecedores, constam ainda Hungria (7%), Cuba (6%), Bulgária (5%), China (5%), Romênia (5%), Espanha (5%) e Chile (4%). Os números mostram, ainda, que o México foi o principal exportador, em valor (14%), seguido da Argentina (12%), da Ucrânia (10%), da Hungria (8%), da Espanha (7%), da Bulgária (6%), da Romênia (6%), da Nova Zelândia (5%), de Cuba (5%) e da Itália (4%).

O Brasil esteve praticamente ausente como exportador para a Alemanha (1%), a preços médios anuais de US\$/kg 4,33, superiores aos das importações totais da RFA (US\$/kg 3,37).

Observa-se que as vendas dos três principais fornecedores foram a preços médios anuais inferiores aos das importações totais da RFA (Ucrânia: US\$/kg 2,01, Argentina: US\$/kg 2,64, México: US\$/kg 3,24).

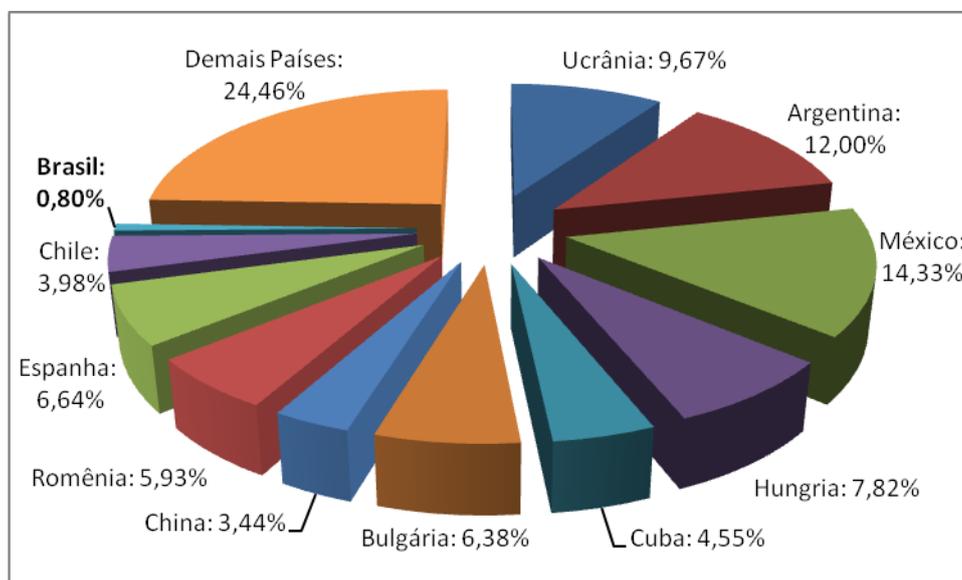
Interessante observar a participação da Nova Zelândia, que deteve 0,3% do mercado, em volume, todavia, 4,6%, em valor, com vendas a preços médios anuais de US\$/kg 46,05, o que leva a supor tratar-se de produto de qualidade ímpar, provavelmente proveniente da flor chamada manuka, um arbusto da família das Mirtáceas, a mesma família da nossa pitanga, goiaba, gurumixama e muitas outras frutas silvestres brasileiras, supostamente com potencial bactericida.

Importações alemãs de mel natural e principais países fornecedores, em 2017, em volume



Fonte: Elaboração SECOM-Berlim com dados do Statistisches Bundesamt

Importações alemãs de mel natural e principais países fornecedores, em 2017, em valor



Fonte: Elaboração SECOM-Berlim com dados do Statistisches Bundesamt

4. Características do mercado

O setor europeu da apicultura

Segundo o *Codex Alimentarius*, programa conjunto da Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO) e da Organização Mundial da Saúde (OMS), utilizado na UE, mel é um produto natural ao qual não pode ser adicionada nem extraída qualquer substância e que não deve ser desidratado fora da colmeia. A UE define o mel como substância açucarada natural produzida pela abelha *Apis mellifera* a partir do néctar das flores ou das secreções procedentes de partes vivas de plantas ou de excreções de insetos sugadores de plantas que ficam sobre partes vivas de plantas, que as abelhas recolhem, transformam, combinam com substâncias específicas próprias, depositam, desidratam, armazenam e deixam amadurecer nos favos da colmeia. Baseando-se em

elevados padrões de qualidade, a UE definiu critérios de composição e processos de produção, estabelecidos na Diretiva 2001/110/CE relativa ao mel.

De acordo com o Parlamento Europeu (PE)⁷, 84% das espécies vegetais e 76% da produção alimentar da Europa dependem da polinização pelas abelhas, num valor econômico estimado em € 14,2 bilhões. Nos últimos anos, os apicultores têm alertado para a diminuição do número de abelhas e perda de colônias. Possíveis razões para o referido declínio podem ser a agricultura intensiva e o uso de pesticidas, má nutrição, vírus, alterações climáticas, perdas de habitat e ataques de espécies invasoras como a vespa asiática, o besouro das colmeias e a loque americana. Nesse contexto, o PE apresentou, em janeiro de 2018, medidas para proteger as populações das abelhas da Comunidade.

A União Europeia (UE) é o segundo maior produtor mundial de mel, após a China. Anualmente, 600 mil apicultores e 17 milhões de colmeias produzem cerca de 250 mil toneladas de mel. Importante salientar, no entanto, que a produção interna não satisfaz a demanda. A UE importa anualmente cerca de 200 mil toneladas de mel, principalmente da China (aproximadamente 40%, 2016), da Ucrânia, da Argentina e do México.

Quando comparado a outros produtores estrangeiros, os apicultores europeus enfrentam custos de produção relativamente elevados. O preço do mel importado, em 2015, foi em média 2,3 vezes inferior ao do produzido na UE. Para o Parlamento Europeu (PE), importações de baixa qualidade, adulterações e sucedâneos continuam a exercer pressão sobre os preços. O preço médio do produto exportado também é mais elevado do que o importado. Em 2017, enquanto o preço do mel exportado para países terceiros foi €/kg 5,69, o do mel importado foi, em média, €/kg 2,23.

Mel é o terceiro produto mais falsificado/adulterado do mundo. A UE quer intensificar medidas para combater a fraude no domínio dos produtos apícolas, e enfrentar a concorrência desleal que se verifica no caso do mel adulterado. A importação em grande escala de mel da China, em particular, preocupa o PE. Nesse sentido, medidas para combater a disseminação de mel adulterado no mercado da UE foram apresentadas, em janeiro de 2018, pelo Parlamento Europeu. Entre outras, constam o reforço dos controles veterinários fronteiriços e no mercado interno, amostragens e testes oficiais ao mel proveniente de países terceiros nas fronteiras externas da UE, e melhorias na rotulagem. O Parlamento quer que o país, ou os países de origem do mel, sejam claramente indicados no rótulo.

Apicultura na Alemanha⁸

Segundo a Associação Alemã de Apicultura (*Deutscher Imkerbund, D.I.B.*), as abelhas, ao lado do bovino e do suíno, são os 3 animais de produção mais importantes no país. As características de qualidade como peso, forma, teor de açúcar/ácido, germinação, rendimento, fertilidade e capacidade de armazenamento das frutas e verduras dependem da polinização, cuja importância pode ser expressada em números:

- os benefícios econômicos da polinização excedem em 10 a 15 vezes o valor da produção de mel, correspondente a cerca de € 2 bilhões anuais na Alemanha;
- aproximadamente 80% das 2.000 - 3.000 culturas domésticas e plantas silvestres dependem da polinização das abelhas.

⁷ Parlamento Europeu. Disponível em <<http://www.europarl.europa.eu/news/pt/headlines/economy/20180122STO92210/proteger-as-abelhas-e-lutar-contr-a-importacao-de-mel-adulterado>>. Acesso em 5 jul. 2018

⁸ Deutscher Imkerbund e.V. Disponível em <https://deutscherimkerbund.de/160-Die_deutsche_Imkerei_auf_einen_Blick>. Acesso em 25 jun. 2018.

As abelhas não são apenas importantes polinizadoras e produtoras de mel. Além do alimento valioso, outros produtos da colmeia como própolis, pólen, geléia real, cera e veneno da abelha, são usados há milênios em muitas outras áreas. A apiterapia, que emprega produtos apícolas no campo da medicina, antes apenas uma área periférica da apicultura, está ganhando popularidade.

De acordo com o Ministério da Agricultura alemão (BMEL)⁹, pesquisas da Associação Alemã de Apicultura mostraram que aproximadamente 130.000 apicultores mantiveram ao redor de 877.000 colônias de abelhas, em 2017 (+7% do que no ano anterior). Como em 2016, o ácaro invasivo *Varroa* se apresentou como uma grande ameaça ao ecossistema, e foi responsável significativo no declínio da população de abelhas. Cada apicultor no país tem em média 6,9 colônias de abelhas. A estrutura da apicultura na Alemanha é caracterizada por 95% de apicultores amadores, com um número limitado de colônias de abelhas por apicultor e uma baixa produção.

Em 2017, a produção por colônia foi de 32,6 kg (+24% comparado ao ano anterior), e ultrapassou assim a média dos últimos cinco anos em cerca de 20%. Interessante mencionar que as abelhas operárias precisam voar cerca de 40.000 vezes, cobrindo uma distância de aproximadamente 120.000 km, para produzir 500 gramas de mel. A área de coleta de uma colônia de abelhas cobre ao redor de 50 quilômetros quadrados, tão grande quanto a área interna da cidade de Colônia.

A produção total alemã, de 28,6 mil toneladas (2016: 21,6 mil toneladas), aumentou 32% quando comparado ao ano 2016. A Baviera é de longe o maior estado produtor, com 6.449.810 kg, seguida por Baden, com 4.183.230 kg. O rendimento médio por colônia em Baden (57,0 kg), entretanto, é superior ao da Baviera (34,4 kg). Um dos fatores responsáveis pelas variações significativas no rendimento pode ser atribuída às geadas da primavera, que destruíram as flores das árvores frutíferas de algumas regiões.

Os alemães ocupam posição de liderança no consumo mundial de mel. Essa alta demanda, entretanto, não pode ser coberta apenas pela produção local, ou seja, a Alemanha não é "autossuficiente" na produção de mel. Em 2017, o consumo de mel na Alemanha para fins nutricionais foi de 94,5 mil toneladas (+16% comparado a 2016). O consumo per capita médio anual foi de 1.144 g (+7% em relação à média dos últimos cinco anos). De acordo o portal Statista¹⁰, dados de 2017 indicaram que 11,07 milhões de pessoas na Alemanha, com idade igual ou superior a 14 anos, consumiram mel semanalmente.

Como a produção doméstica é insuficiente para cobrir a demanda, o país tem forte dependência de fornecedores externos. O grau de autossuficiência, em 2017, foi de 30%, o mesmo patamar de 2011, e significou aumento de 15%, comparado a 2016. O dado indicou, portanto, que 70% do consumo interno teve que ser coberto por importações. Do total importado pela Alemanha¹¹, cerca de 71% teve como origem países não pertencentes à UE (países terceiros), e 29%, de países membros da UE. A Associação Alemã do Mel¹² (*Honig Verband*) se orgulha em afirmar que a qualidade do produto importado não se compara à do mel local. A marca mais famosa na Alemanha é "Mel Genuíno Alemão" ("*Echter Deutscher Honig*"), conhecida e apreciada por aproximadamente 50% dos consumidores, segundo aquela entidade. O preço do mel alemão não é elástico, i.e, alterações de preço não afetam o volume de vendas.

⁹ Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL). Disponível em <<https://www.bmel-statistik.de/ernaehrung-fischerei/versorgungsbilanzen/honig-kakao/#c7028>>. Acesso em: 6 jul. 2018.

¹⁰ Portal Statista. Disponível em <<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/433703/umfrage/verbraucherpreise-von-honig-in-deutschland/>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

¹¹ Honig Verband. Disponível em <<https://www.honig-verband.de/honig-import-immer-mehr-honig-kommt-nach-deutschland>>. Acesso em: 21 jul. 2018.

¹² Honig Verband. Disponível em <<https://www.honig-verband.de/mythen-zur-herkunft-von-honig>>. Acesso em: 1 jul. 2018.

Os consumidores alemães têm grande preocupação com a saúde e valorizam a segurança e a qualidade dos produtos alimentícios, que abrangem todas as etapas da cadeia produtiva, desde o cultivo social e ambientalmente correto, até o transporte e a entrega ao cliente. A qualidade do produto é garantida por altos padrões, cujos critérios estão consagrados na diretiva comunitária do mel, e são válidos para todos os tipos de méis comercializados na UE, independentemente de sua origem.

Na Alemanha, especialmente, consumidores críticos e atentos favorecem/preferem méis produzidos regionalmente, ou de comércio justo. Entre outros, o portal “neutro e independente” de comparação, ExpertenTesten¹³, recomenda a compra de mel produzido na Alemanha. Afirma aquele portal ser o produto vendido no supermercado geralmente mel importado, transportado em toneladas do exterior para a Alemanha (ou seja, produto de massa/produção em larga escala, de mais de 70 países). As vendas de mel com o selo Fairtrade, em 2017, segundo o portal Statista, foram de cerca de 1.375 toneladas (cerca de 1,5% do consumo total).

Etiquetagem

É obrigatória a declaração do mel proveniente de diferentes países. De acordo com uma pesquisa entre os consumidores, o preço, o sabor e a aparência são critérios importantes no momento de decisão da compra. Nesse sentido, para poder oferecer aos consumidores produtos com as mesmas características em relação à cor, à textura e ao sabor, criam-se misturas de méis com lotes provenientes de diferentes países. Na etiquetagem/rotulagem do produto resultante dessa mistura, de acordo com as diretivas do mel (diretivas 2001/110, e 2014/63), deve-se constar, entretanto, as procedências dos componentes, como por exemplo, "mistura de mel de países da UE e de países terceiros", "mistura de mel de países da UE".

Para evitar que alguns embaladores e vendedores fraudulentos melhorem o produto final, misturando produtos de baixa qualidade com os de alta, e apliquem no rótulo «mistura de méis UE e não UE», como permitido pela diretiva europeia, o Parlamento Europeu quer substituir tal rotulagem por indicação exata do país ou países de onde provêm os méis empregados nos produtos finais das misturas, apresentados por ordem correspondente às proporções utilizadas, e declarada, além disso, a percentagem por país no produto.

Preços

Mel não é produto negociado no mercado de ações.

Segundo o BWAGRAR, órgão da Associação dos Agricultores do Estado de Baden-Württemberg, no âmbito de um curso de marketing, apicultores de comercialização direta forneceram os seguintes preços médios por pote/frasco de mel de 500 gramas (entrega ao consumidor final):

- Mel do néctar de flores da primavera („*Frühtracht*“), principalmente de frutas, dente de leão e colza: € 3,86;
- Colza („*Raps*“): € 3,96;
- Mel de flores („*Blütenhonig*“): € 4,16;
- Mel coletado durante os meses de verão („*Sommertracht*“), principalmente mel de tília, facélia e girassol: € 4,45;
- Tília („*Linde*“): € 4;
- Flores da floresta e outras („*Wald- und Blüte*“): € 4,43;
- Floresta („*Wald*“): € 4,94;
- Castanha („*Kastanie*“): € 5,18.



¹³ ExpertenTesten. Disponível em < <https://www.expertentesten.de/beauty/honig-test/>>. Acesso em: 21 jul. 2018.

De acordo com o portal Statista¹⁴, os preços do mel ao consumidor na Alemanha, em 2017, diminuíram cerca de 2,5%, em relação ao ano anterior.

Na Alemanha, a indústria de processamento do mel, com um volume de aproximadamente 180 milhões de euros de vendas totais, é composta por aproximadamente 40 firmas, na sua maioria pequenas e médias empresas. Sete engarrafadores, entre outros, especializaram-se na comercialização do mel: Langnese Honig KG GmbH & Co., Walter Lang Honig Import GmbH, Allos Walter Lang GmbH, Apimiel GmbH, Alfred L. WOLF Honey GmbH, Breitsamer Honig, onde anualmente mais de 20.000 toneladas são engarrafadas pelo líder do mercado. Os fornecedores usam mel importado e o vendem sob sua marca própria. Há também empresas de engarrafamento licenciadas para a Associação Alemã de Apicultores (D.I.B.), que compram o mel dos apicultores alemães e o oferecem sob a marca "*Genuine German Honey*", "*Echter Deutscher Honig*". A maioria dos apicultores amadores na Alemanha vende mel em copos com o rótulo da Associação Alemã de Apicultura. A empresa Fürsten-Reform em Brunswick, com a marca Langnese, é a maior das engarrafadoras.

Os processadores empregam méis de diferentes fontes, misturam, enobrecem e os engarrafam. Na mistura, empregam principalmente mel multiflor para obter no final um produto uniforme, de cor, consistência, e, sempre quanto possível, sabor constante. A composição varia a cada ano, onde a origem é menos determinante para a qualidade. Cada mel tem um sabor particular, dependendo, entre outros, das condições climáticas, e do país de origem. O produto final obtido pode, dessa maneira, ser vendido a um preço mais baixo. As vendas são principalmente em porções de 20 gramas, 250g, 500g e um quilo, em vidros/copos. Além disso, o mel também é engarrafado em baldes de dois, três e cinco quilos. O formato mais popular é o vidro de 500 gramas, com 75% de participação do mercado.

Méis monoflorais são vendidos sob as marcas dos varejistas, tanto em lojas especializadas quanto em supermercados. Embora as lojas especializadas representem uma pequena parcela, elas são parte importante do mercado. Na maioria, são empresas independentes ou pertencem a cadeias menores, onde são vendidos principalmente méis produzidos ecológica ou regionalmente, monoflorais e produtos de comércio justo. Tendo em vista o aumento da conscientização da população sobre a saúde nos últimos anos, lojas especializadas tornaram-se cada vez mais populares.

Marcas e qualidade

A revista Öko-Test¹⁵ analisou em laboratório, em 2016, a qualidade do mel de vinte marcas, incluindo nove de produção orgânica. Dentre as marcas analisadas, cinco obtiveram o resultado "muito bom", sendo três de produção orgânica (mel de acácia da Alnatura, da Romênia e Hungria, mel de acácia da dm Bio, da Romênia, e mel de acácia da Rewe Bio – Naturland, de países da UE, e sudeste da Europa), e duas convencionais (mel de acácia da Bihophar, de países UE/não UE, e o mel de colza da Breitsamer, da Romênia e República Checa). Os testes constataram que tanto o mel orgânico quanto o produzido convencionalmente podia estar contaminado com glifosato e com organismos geneticamente modificados (foram identificadas partes integrantes de soja Roundup Ready e soja Roundup Ready2Yield da Monsanto, modificadas geneticamente). A Öko-Test recomendou, no final, oito marcas dentre as vinte analisadas. Ademais, a Öko-Test aconselhou a comprar mel da região, em vez do proveniente de "países da UE e de países não pertencentes à UE", e recomendou optar por mel orgânico ao invés do convencional, "devido aos regulamentos mais rigorosos de produção – embora nem sempre isento de pesticidas".

¹⁴ Portal Statista. Disponível em <<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/433703/umfrage/verbraucherpreise-von-honig-in-deutschland/>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

¹⁵ Utopia GmbH. Disponível em <<https://utopia.de/oeko-test-bio-honig-33215/>>. Acesso em 6 jul. 2018.

Cabe mencionar, ainda, que, devido à falta de qualidade, que impede seu consumo puro, o mel proveniente da China é usado como ingrediente na fabricação de outros produtos¹⁶. De acordo com a Associação Imkerverein Bienenfreunde Frankfurt Oder, também mel de qualidade mais caro é muitas vezes “esticado” pelos engarrafadores industriais com o acréscimo de produtos baratos da China. Calcula-se que no segmento de preços baixos, produtos chineses participem entre 70 a 100% nos méis de flores mistas.

5. Canais de distribuição e cadeia de comercialização

A maior parte do mel importado chega por via marítima, por meio dos portos de Bremen e Hamburgo à Alemanha.

O segmento de venda direta do produtor (*marketing* direto), a distribuição via união/associação/grupo de produtores e também a comercialização no varejo são os principais canais de venda de mel dos apicultores na Alemanha. Por meio do *marketing* direto, e em parte, também com o apoio de união/associação/grupo de produtores, melhores lucros podem ser alcançados. Cabe lembrar que assim como os demais itens da produção agrícola, a obtenção de mel na Alemanha é onerosa. Não apenas os cuidados e o manejo da atividade ao longo do inverno determinam o alto fator de custo, mas também os elevados preços para a aquisição de equipamentos e instalações. Isso significa que na maioria das vezes, somente com o *marketing/comercialização* direta ao consumidor final os pequenos apicultores/produtores podem obter preços que cubram os custos¹⁷. Consequentemente, o mel alemão é quase exclusivamente comercializado diretamente. Apenas uma pequena parte é vendida a intermediários, e uma menor ainda a empresas de engarrafamento, ou seja, 7% dos apicultores vendem seus produtos nas lojas de varejo, 3% nas feiras semanais (de rua), e 1% nos supermercados. Via de regra, costumam constituir uma pequena ou média empresa e não utilizam mel importado. Além de um suprimento estável, importantes são os preços claramente definidos e um volume de venda lucrativo. As vantagens do *marketing* direto, de acordo com o D.I.B., são "preços de venda que garantem um valor agregado adequado". Importante lembrar que, devido ao *marketing* direto, não há competição direta entre o mel alemão e o importado.

Dada a segmentação de mercado entre o *marketing* direto e o comércio varejista, de acordo com um estudo do setor de apicultura na Alemanha¹⁸, publicado pelo Instituto Federal de Pesquisa Rural, Florestal e Pesca, de Braunschweig, existem diferentes elasticidades de preço. O preço do „*Echter Deutscher Honig*“, vendido via *marketing* direto, é classificado como não elástico, significando que a alteração de preço não muda a quantidade demandada pelos consumidores. Esses segmentos coexistem paralelamente na Alemanha, e se complementam parcialmente. Segundo o estudo, os consumidores que compram mel dos apicultores são ambiental e nutricionalmente conscientes e, na maior parte, dispostos a pagar um preço mais alto.

Cabe lembrar, a propósito, que a produção anônima não tem boa reputação na Alemanha.

¹⁶ Imkerverein Bienenfreunde Frankfurt Oder e.V. Disponível em <http://www.imker-frankfurt-oder.de/index.php?lid=1&tid=423&pid=118>. Acesso em: 20 ag 2018.

¹⁷ BWAgrar (Organ des Landesbauernverbandes in Baden-Württemberg e.V). Disponível em <<https://www.bwagrار.de/Honigmarkt-Erzeugungskosten-und-Preise-Was-ist-ein-Glas-Honig-wert-Honig-vermarkten,QUIEPTI2NTM4JIVQT1M9MyZNSUQ9MTYyOTI1.html?UID=79AC7786D1399B68487B76D55A52DA38299A32CBF6358848>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

¹⁸ Efken, Josef; Bernhardt, Angelina (2016): Studie über die Erzeugungs- und Vermarktungsstruktur des Bienenzuchtsektors in Deutschland, Thünen Working Paper, 66, Johann Heinrich von Thünen-Institut, Federal Research Institute for Rural Areas, Forestry and Fisheries, Braunschweig. Disponível em <https://literatur.thuenen.de/digbib_extern/dn057621.pdf>. Acesso em 19 jul. 2018.

Além das marcas próprias dos *Discounters*, existem muitas outras no mercado. A Langnese, por exemplo, é vendida quase exclusivamente nos supermercados. Há também empresas menores que, por não conseguir chegar aos supermercados, vendem o seu produto nas padarias ou na Internet. Assim, a venda *online* (varejistas de Internet) também tem sido utilizada como canal de distribuição. Importante mencionar que apenas cerca de 20% do mel vendido na Alemanha é de produção doméstica. (*Deutscher Imkerbund e.V.*, 2013)

Canais de venda no varejo:

Principais *Discounters*: Aldi, Lidl, Penny-Markt;

Redes relevantes de supermercados: REWE, EDEKA;

Lojas especializadas (produtos naturais/orgânicos - *Bioladen*): Alnatura, Bio Company, denn's Biomarkt, Basic.

6. Normas, Regulamentos, Certificações

Segundo o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), empresas interessadas no mercado de exportação devem, primeiramente, obter registro do estabelecimento no Serviço de Inspeção Federal¹⁹ (SIF) do Ministério, que atesta a regularidade sanitária, técnica e legal das instalações e etapas do processo de produção. Após a concessão do registro, a empresa deve requerer habilitação para exportar junto ao Departamento de Inspeção de Produtos de Origem Animal (DIPOA), da Secretaria de Defesa Agropecuária (SDA) do Ministério da Agricultura. A empresa habilitada ao comércio internacional, será então incluída na lista de estabelecimentos exportadores.

Como qualquer outro produto de origem animal destinado ao consumo humano, aqueles destinados ao mercado europeu têm de cumprir determinadas regras em matéria de controle da presença de resíduos associados à utilização de medicamentos veterinários²⁰. Por conseguinte, é importante que os métodos de análise utilizados nos países terceiros para controlar o nível dos resíduos sejam confiáveis, a fim de garantir que o mel exportado cumpra as regras europeias. Os produtos devem atender à Diretiva 2001/110/CE, do Conselho Europeu, de 20 de dezembro de 2001, relativa ao mel, alterada pela Diretiva 2014/63/UE do Parlamento Europeu e do Conselho de 15 de maio de 2014.

A diretiva 2001/110/CE²¹ regulamenta a composição, e o beneficiamento do mel na União Europeia (UE), e exige que a origem floral e geográfica do mel seja indicada na sua embalagem. A diretiva estabelece os critérios de composição dos méis que serão comercializados ou destinados ao consumo humano na UE, e define as características físico-químicas do mel, como o teor de açúcares (frutose, glicose, maltose, sacarose), níveis de umidade (teor de água, em geral, de no máximo 20%), o teor de matérias insolúveis na água (em geral no máximo 0,1 g/100 g), teor de ácidos livres (em geral no máximo 50 miliequivalentes por kg), e o teor de hidroximetilfurfural (HMF), determinados após tratamento e mistura, entre outros.

O conteúdo de sacarose é indicador importante de informação se as abelhas foram alimentadas com açúcar no início da florada, ou se houve adulteração do mel pela adição direta do carboidrato. O HMF é utilizado como indicador de qualidade, uma vez que o mesmo tem origem na degradação

¹⁹ Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Requisitos Sanitários. Disponível em <<http://www.agricultura.gov.br/assuntos/sanidade-animal-e-vegetal/saude-animal/exportacao>>. Acesso em: 16 jul. 2018.

²⁰ Comissão Europeia. Trade Helpdesk. Exportar mel para a UE. Disponível em <<http://trade.ec.europa.eu/tradehelp/pt/conselhos-e-sugestoes-sobre-requisitos-de-exportacao>>. Acesso em: 16 jul. 2018.

²¹ EUR-LEX.. Disponível em <<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2002:010:0047:0052:PT:PDF>>. Acesso em: 8 jul. 2018.

de enzimas presentes nos méis, e apenas uma pequena quantidade de enzima é encontrada em méis maduros. Na composição do mel, a água é o segundo componente em quantidade, variando de 15 a 21%, dependendo do clima, da origem floral e do estágio de maturação. O teor de sólidos representa a presença de substâncias insolúveis em água, como a cera e os grãos de pólen, patas e asas de abelhas, além de outros elementos inerentes ao mel ou ao processamento. A realização desta análise permite detectar as impurezas presentes no mel e é um importante medidor de controle higiênico sanitário.

A diretiva 2014/63/UE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 15 de maio de 2014, que altera a Diretiva 2001/110/CE relativa ao mel²², estabelece que, caso o mel seja originário de vários Estados-Membros ou países terceiros, a indicação da origem na rotulagem pode ser substituída por uma das seguintes indicações, consoante o caso: “mistura de méis UE”, “mistura de méis não UE”, ou “mistura de méis UE e não UE”. A origem do mel constitui uma menção obrigatória de rotulagem desde 2003. Esta imposição está harmonizada na União Europeia.

Além das exigências específicas para o mel, é necessário atender às normas gerais para alimentos, descritas pelos Regulamentos CE n° 852/2004 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 29 de abril de 2010, relativo à higiene dos gêneros alimentícios, Regulamento CE n° 853/2004 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 29 de abril de 2004 que estabelece regras específicas de higiene aplicáveis aos gêneros alimentícios de origem animal, e pelo Regulamento CE n° 854/2004 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 29 de abril de 2010, que estabelece regras específicas de organização dos controles oficiais de produtos de origem animal destinados ao consumo humano. A política de segurança alimentar da União Europeia²³ destina-se a proteger os consumidores, garantindo ao mesmo tempo o bom funcionamento do mercado único.

Os produtos destinados ao mercado europeu, devem atender ao Regulamento (CE) n° 1664/2006 da União Europeia, no qual estabelece que todos os estabelecimentos que manipulam, preparam, embalam e armazenam mel e produtos da apicultura, destinados ao mercado europeu, devem atender aos regulamentos (CE) n° 178/2002, 852/2004 e 853/2004. Neste contexto, estabelecimentos que realizam a etapa de desoperculação devem ser controlados pelo Serviço Oficial e, portanto devem atender à citada legislação.

Certificações:

Selo IFS (International Featured Standard)

Em 2002, com o objetivo de criar um padrão comum de segurança alimentícia, a Associação HDE (*Hauptverband des Deutschen Einzelhandels*) desenvolveu o selo IFS para todo o setor alimentício. O padrão de qualidade IFS foi estabelecido pela indústria varejista alemã, a fim de fornecer base para auditoria em fabricantes de produtos alimentícios de marca própria. O selo IFS foi reconhecido pela “*Global Food Safety Initiative*” (GFSI), em janeiro de 2003. O objetivo do IFS é, antes de tudo, apoiar a segurança da cadeia de fornecimento. Mais informações encontram-se disponíveis no sítio <https://www.ifs-certification.com/index.php/en/brazil>.



Selo Puro/Autêntico Mel Alemão (“*Echter Deutscher Honig*”)

Desde 1925, o “*Genuine German Honey*” é considerado um selo de qualidade para o mel das terras alemãs. Apenas mel de manejo cuidadoso



²² EUR-LEX. Disponível em <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014L0063&from=PT>>. Acesso em: 8 jul. 2018.

²³ EUR-Lex. Disponível em <http://eur-lex.europa.eu/summary/chapter/food_safety.html?root_default=SUM_1_CODED=30>. Acesso em: 24 set. 2018.

colhido na Alemanha pode ter este selo de qualidade e ser oferecido no vidro original da Associação Alemã de Apicultores (DIB).

QM Mel & Apiário (“QM Honig & Imkerei”)

O conceito de certificação "QM Honey & Beekeeping" foi desenvolvido pela associação regional de apicultores de Westfalen-Lippe “Landesverband Westfälischer und Lippischer Imker”, do Estado da Renânia do Norte-Vestfália, para fornecer aos operadores do setor uma estratégia de garantia de qualidade para o produto ser comercializado no setor varejista. Foram formulados padrões e critérios de teste.

Selo orgânico alemão²⁴ („Bio-Siegel“)

O selo orgânico alemão (“Bio-Siegel”, logotipo hexagonal) lançado em 2001, é usado para identificar produtos orgânicos e só pode ser exibido adicionalmente ao logotipo Orgânico da UE (folha Euro, em fundo verde). Isso pressupõe que a empresa já tenha sido certificada por um organismo de inspeção, de acordo com a legislação da UE de Agricultura Biológica, e com isso tenha o direito de usar o logotipo orgânico da UE.

Segundo o portal de informação *oekolandbau*, da Agência Federal para a Agricultura e Alimentação, DLE, atualmente (posição em 31 de maio de 2018), 5.111 empresas utilizam o selo orgânico nacional em 77.666 produtos.



Fairtrade Deutschland

Fairtrade-Honig, comércio justo de mel.

Segundo a TransFair, pela compra de mel do Comércio Justo²⁵ (*Fairtrade*), famílias de pequenos agricultores que praticam a apicultura como meio adicional necessário para a sobrevivência e comercializam o produto por meio de cooperativas no comércio justo podem ser apoiadas.



QSI – Quality Services International GmbH

Laboratório para análise de alimentos (café, mel, chá, cacau, entre outros), bem como matérias-primas do setor farmacêutico. QSI testa e certifica a qualidade do mel.



Intertek Holding Deutschland GmbH / Intertek Certification GmbH

Intertek é um organismo de certificação internacional reconhecido para programas de segurança de alimentos, incluindo esquemas endossados pela *Global Food Safety Initiative* (GFSI), tais como *Food Safety System Certification* (FS22000), *British Retail Consortium Food Standard* (BRC), *International Food Standard* (IFS), *Safe Quality Food* (SQF), podendo realizar abrangentes avaliações no processo de produção de alimentos, sistemas de gestão de qualidade, programas de teste, ambiente de fábrica, controles de produto e processo, pessoal e higiene. Um foco do Intertek é a análise de mel. (Mais informações encontram-se disponíveis no sítio <http://www.intertek-br.com/alimentos-agricultura/>, no idioma português).



Selo GLOBAL G.A.P.

O selo, antes denominado EUREPGAP, é uma marca comercial, referência nos sistemas de Boas Práticas Agrícolas (BPA). É uma norma dita "pre-farm-gate" (antes da saída da unidade de produção), o que significa que o



²⁴ Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE). Disponível em <<https://www.oekolandbau.de/bio-siegel/>>. Acesso em: 16 jul. 2018.

²⁵ TransFair – Verein zur Förderung des Fairen Handels in der Einen Welt. Disponível em <<https://www.fairtrade-deutschland.de/produkte-de/honig/hintergrund-fairtrade-honig.html>>. Acesso em 6 jul. 2018.

certificado abrange toda a produção. Os princípios do esquema GLOBALGAP baseiam-se, entre outros, nos conceitos de segurança alimentar e boas práticas agrícolas de proteção ambiental, de forma a minimizar os impactos negativos da produção, e garantir segurança dos trabalhadores, conscientização e responsabilidade quanto a assuntos sociais. (Mais informações, em português, encontram-se disponíveis na página <http://www.globalgap.org/pt/index.html>).

Iniciativas

Existem na Alemanha diversas iniciativas²⁶, projetos, ações e campanhas de conscientização para influenciar os hábitos da população, entre outros:

1. „in form“

Iniciativa Alemã para uma nutrição saudável e mais atividade física, do Ministério da Alimentação e Agricultura (*Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft*, BMEL) e do Ministério da Saúde (*Bundesministerium für Gesundheit*). Informações adicionais encontram-se disponíveis na página <https://www.in-form.de/>



2. Bom demais para o lixo! (“Zu gut für die Tonne!”)

Trata-se de uma iniciativa do Ministério da Alimentação e Agricultura para evitar o desperdício de alimentos. Informações encontram-se disponíveis na página <https://www.zugutfuerdietonne.de/>



3. O Guia do Consumidor (“Verbraucher Lotse”)

O Guia do Consumidor conta com serviço de aconselhamento para nutrição, agricultura e proteção da saúde do consumidor e é o ponto central de contato para as perguntas dos cidadãos, operado pela Agência Federal para Agricultura e Alimentação (BLE), entidade ligada ao Ministério Federal de Alimentação e Agricultura (BMEL). Mais informações encontram-se disponíveis na página https://www.bmel.de/DE/Ministerium/Verbraucherlotse/verbraucherlotse_node.html



4. Avisos e informações ao público sobre segurança alimentar.

Os estados federados e o Departamento Federal de Proteção ao Consumidor e Segurança Alimentar (*Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit*, BVL, autoridade federal que pertence à divisão de negócios do BMEL) publicam neste portal avisos e informações ao público, que, via de regra tratam de advertências das autoridades competentes, ou notícias sobre o recolhimento por empresa do setor alimentar. Mais informações encontram-se disponíveis na página http://www.lebensmittelwarnung.de/bvl-lmw-de/app/process/warnung/start/bvllmwde.p_oeffentlicher_bereich.ss_aktuelle_warnungen?_opensaga_navigationId=base.n_main.home



7. Endereços de feiras na Alemanha



INTERNATIONALE GRÜNE WOCHE BERLIN – Semana Verde Internacional de Berlim (Feira da Indústria Alimentícia, Agricultura e Horticultura)
Data: 18 a 27/01/2019
Messe Berlin GmbH

Messedamm 22
D-14055 Berlin

²⁶ Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL). Disponível em <https://www.bmel.de/DE/Startseite/startseite_node.html>. Acesso em: 16 jul. 2018.

Tel.: +49 30/ 3038-0
Fax: +49 30/ 3038-2019
E-Mail: igw@messe-berlin.de
<http://www.gruenewoche.de/en/>

BIOFACH2019
into organic

BIOFACH - Feira Mundial de Produtos Biológicos

NürnbergMesse GmbH
Data: 13 a 16/02/2019

Messezentrum
D-90471 Nürnberg
Tel.: +49 9 11 86 06-0; -8996
Fax: +49 9 11 86 06-12 89 96
Contato: Danila Brunner
E-mail: danila.brunner@nuernbergmesse.de; biofach@nuernbergmesse.de
<https://www.biofach.de/en>

BIO BRAZIL FAIR | BIOFACH AMÉRICA LATINA -
Feira Internacional de Produtos Orgânicos e Agroecologia no Brasil

Data: 05 a 08/06/2019

Localização: Pavilhão de Exposições do Anhembi

Avenida Olavo Fontoura, 1209

São Paulo - SP - Brasil

Organização: Francal Feiras e Empreendimentos Ltda.

E-mail: sav@francal.com.br

<http://biobrazilfair.com.br/en-gb/index.asp>



ANUGA 2019

Feira Internacional da Indústria de Alimentos e Bebidas
Data: 05 a 09/10/2019

Koelnmesse GmbH
Messeplatz 1
50679 Köln, Germany
Tel.: +49 221 821 2240
Fax: +49 221 821 99 3410
Contato: Lorenz Alexander Rau (Diretor)
E-mail: anuga@koelnmesse.de
<http://www.anuga.com/anuga/index-2.php>



12 - 14 March 2019
São Paulo Expo
São Paulo-SP, Brazil

ANUFOOD BRAZIL

Feira da Indústria de Alimentos e Bebidas

Data: 12 a 14/03/2019

Organização: Koelnmesse, FGV (Co-Organiser)

Localização: São Paulo Expo
Endereço: Rodovia dos Imigrantes, km 1,5
Vila Água Funda – São Paulo – SP
Cep.: 04329-900
Contato: Ricardo Barbosa (Project manager)
E-mail: r.barbosa@koelnmesse.com.br
Tel.: +55 11 3874-0030
<http://www.anufoodbrazil.com.br/en/contact/>

8. Acesso ao mercado e tratamento aduaneiro

Segundo a Agência Federal de Agricultura e Alimentação²⁷ (*Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung*, BLE), não se exige uma licença para importação de mel natural. A BLE informa, entretanto, que as mercadorias estão sujeitas a uma inspeção veterinária na importação, e indica a administração alfandegária como órgão competente a fornecer informações a respeito.

De acordo com a Direção-Geral da Alfândega alemã²⁸ (*Zoll*), exportadores de produtos de origem animal a serem colocados no mercado da UE, produzidos ou não no bloco, devem observar as limitações relativas às normas comunitárias específicas de higiene, além dos requisitos gerais sobre a segurança alimentar. A Alfândega lembra que alimentos de origem animal (processados e não processados) de países terceiros devem cumprir os requisitos da legislação comunitária em matéria de higiene dos alimentos da mesma forma que os produzidos na Comunidade.

A importação de produtos de origem animal é sujeita à apresentação do Documento Veterinário Comum de Entrada, DVCE (*Gemeinsames Veterinärdokument für die Einfuhr*), nos termos do regulamento que define os procedimentos de controle veterinário nos postos de inspeção fronteiriços da Comunidade a aplicar a produtos importados de países terceiros - Regulamento (CE) n.º 136/2004 da Comissão (JO L21). A chegada física da remessa deve ser notificada ao pessoal veterinário do posto de inspeção fronteiriço competente com antecedência de um dia útil. Além disso, deve-se observar que importações de alimentos de origem animal necessitam de autorização dos países terceiros ou estabelecimentos.

Para alguns alimentos de origem animal, como o mel e outros produtos da apicultura destinados ao consumo humano provenientes de países terceiros, devem ser apresentados certificados sanitários (*Genusstauglichkeitsbescheinigungen*).

De acordo com a alfândega alemã, mel natural, código 04090000 00 0, proveniente do Brasil, tem as seguintes taxas de importação na Alemanha:

Taxa Países Terceiros: 17,3%

+ Imposto sobre o valor agregado (“*Einfuhrumsatzsteuer*”, EUST): 7,00 %

Controle veterinário, desde 01.06.2017 (Apresentação do Documento Veterinário Comum de Entrada - DVCE).

Certificado de inspeção para produtos orgânicos: Para mercadorias que ostentarem uma referência à produção orgânica na rotulagem, na publicidade ou nos documentos de acompanhamento existe o controle da importação de produtos biológicos. Deve-se apresentar o certificado de inspeção para produtos biológicos C644 referido no Regulamento (CE) n.º 834/2007 (produtos equivalentes). Para produtos não equivalentes, o código a declarar é Y929.

Informações adicionais encontram-se disponíveis na página da Direção-Geral da Alfândega²⁹ (*Zoll*). Informações, em português, encontram-se disponíveis na página da Comissão Europeia, Fiscalização e União Europeia, Pesquisa Taric³⁰:

²⁷ Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE). Disponível em <http://www.ble.de/DE/Themen/Marktorganisation/Ein-Ausfuhrlicenzen/ein-ausfuhrlicenzen_node.html>. Acesso em: 18 jul. 2018.

²⁸ ZOLL. Disponível em <www.zoll.de>. Acesso em: 23 ag. 2018.

²⁹ Zoll. Disponível em <http://www.zoll.de/DE/Unternehmen/Warenverkehr/Einfuhr-aus-einem-Nicht-EU-Staat/Einschraenkungen/Waren/Pflanzen-und-Produkte-daraus/Pflanzenschutz/pflanzenschutz_node.html>. Acesso em: 28 ag. 2018.

³⁰ Comissão Europeia. Pesquisa TARIC. Disponível em <http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/measures.jsp?Lang=pt&SimDate=20170826&Area=BR&MeasType=

Informações sobre a direito de organização do mercado podem ser encontradas na página da Agência Federal de Agricultura e Alimentação³¹ (*Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung*, BLE): Deichmanns Aue 29, 53179 Bonn; Telefon: 0228/6845-0; Telefax: 0228/6845-3945; E-Mail: info@ble).

Outras barreiras não-tarifárias, praticada por grandes varejistas, são as certificações relacionadas a condições justas de trabalho e comércio.

9. Observações sobre o mel brasileiro e o mercado alemão

Os alemães ocupam posição de liderança no consumo mundial de mel natural, cujo valor per capita médio anual atinge 1.144 g. Como a produção doméstica, de 28,6 mil toneladas (2017), apesar de ter aumentado 32%, em relação a 2016, é insuficiente para cobrir a demanda interna, a Alemanha tem forte dependência de supridores externos.

O grau de autossuficiência de 30%, em 2017, indicou que 70% do consumo interno teve que ser coberto por importações. Do total importado³², cerca de 71% teve como origem países não pertencentes à UE (países terceiros), e 29%, de países membros da UE.

O comércio exterior alemão de mel natural tem sido deficitário (v. tabela nr. 1, pág. 6). Em 2017, foi de US\$ 172 milhões (68 mil toneladas), com importações de US\$ 310 milhões (92 mil toneladas), e exportações de US\$ 139 milhões (24 mil toneladas). Os dados indicam, ainda, aumento de 9% das importações em 2017 comparado ao ano anterior, em volume, e crescimento de 2%, entre 2010 e 2017.

Os dados de vendas brasileiras para a Alemanha (v. tabela nr. 2, pág. 7), entre 2013 e 2017, mostram redução de 61%. Enquanto o preço médio anual das importações totais alemãs diminuiu 6%, de US\$/kg 3,58, em 2013 para US\$/kg 3,37, em 2017, o das vendas brasileiras aumentou 30%, de US\$/kg 3,33 em 2013, para US\$/kg 4,33, em 2017.

Avaliação da participação de países selecionados nas importações alemãs de mel natural, entre 2013 e 2017 (v. tabela nr. 3, pág. 8) registra bom desempenho exportador da Ucrânia (+138%), da Argentina (+45%), da Hungria (+37%), e de Cuba (+36%). Em contrapartida, indica, entre outros, a perda de mercado do Brasil (-61%), do Chile (-14%), e da China (-12%). Os principais fornecedores de mel natural para a Alemanha (tabela nr. 5, pág. 12), em 2017, foram a Ucrânia (participação de 16%, em volume), a Argentina (15%), o México (15%), a Hungria (7%), Cuba (6%), a Bulgária (5%), a China (5%), a Romênia (5%), a Espanha (5%), e o Chile (4%). O Brasil teve participação tímida – e esteve praticamente ausente do mercado (1%).

Os dados da tabela nr. 4 (pág. 10) registram a redução do preço médio anual das vendas de mel da Ucrânia para a Alemanha a partir de 2014, que coincidem com o aumento da presença do país no mercado local, tornando-se, em 2017, o maior fornecedor. As cifras indicam, ainda, que as vendas da China foram a preços médios mais acessíveis dentre os principais fornecedores para a Alemanha, de 2013 a 2016. Em 2017, todavia, foi ultrapassado pela Ucrânia, com vendas a US\$/kg 2,01 (China: US\$/kg 2,27). O preço médio anual de importação alemã de mel proveniente

&StartPub=&EndPub=&MeasText=&GoodsText=&Taric=04090000&search_text=goods&textSearch=&LangDescr=p
t&OrderNum=&Regulation=&measStartDat=&measEndDat=>. Acesso em: 18 jul. 2018.

³¹ Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE). Disponível em <https://www.ble.de/EN/Topics/Market-Organisation/market-organisation_node.html>. Acesso em: 18 jul. 2018.

³² Honig Verband. Disponível em <<https://www.honig-verband.de/honig-import-immer-mehr-honig-kommt-nach-deutschland>>. Acesso em: 21 jul. 2018.

do Brasil foi, em 2017, 28% superior ao da média anual da Alemanha. As vendas da China (-33%), do Uruguai (-17%), da Ucrânia (-40%), da Argentina (-22%) e de Cuba (-21%), em contrapartida, foram a preços inferiores ao da média anual da Alemanha.

Além dos obstáculos logísticos em termos de transporte, e proximidade geográfica das zonas de produção ao consumidor, que torna os produtos brasileiros menos competitivos, muitos concorrentes do Brasil têm vantagem comparativa sobre o país devido a acordos celebrados com a UE. Países membros da comunidade europeia gozam de isenção de taxas de importação na Alemanha, e se beneficiam do livre comércio com o país. Acrescente-se a isso, o fato de a UE fornecer preferências comerciais, a outros países, graças a acordos birregionais, preferências bilaterais e regionais concluídas com o Chile e com o México, entre outros.

Observações sobre o acesso ao mercado dos dez principais concorrentes do Brasil, em 2017:

- Ucrânia (maior fornecedora de mel para a Alemanha, em 2017): no âmbito do Programa de Associação UE-Ucrânia, e, desde julho de 2017, com a celebração do Acordo de Associação, o país beneficia-se da quota pautal preferencial (*Präferenzollkontingent*), com taxa de importação de 0% (pela apresentação do documento de preferência EUR.1). Esgotada a quota pautal, a taxa incidente é de 17,3% (Taxa Terceiros Países). Como o país exportou a soma de 14.920,5 toneladas, significa que as condições de acesso de mais de 80% do mel ucraniano ao mercado alemão foi idêntico ao do proveniente do Brasil;
- Argentina (2^a. posição), Cuba (5^a.) e China (7^a.): têm as mesmas condições de acesso que o produto brasileiro, com a Taxa Terceiros Países (*Drittlandszollsatz*), de 17,3%;
- México (3^a. posição): graças ao Acordo de Livre Comércio UE-México, o país tem tratamento mais favorável para produtos de carnes, suco de laranja, atum, aspargos, mel, entre outros. Para o mel, o país se beneficia da quota pautal preferencial (*Präferenzollkontingent*), de 30 mil toneladas anuais, com taxa de importação de 8,60%, pela apresentação de documento de preferência EUR.1;
- Hungria (4^a. posição), Bulgária (6^a.), Romênia (8^a.) e Espanha (9^a.): por serem países membros da comunidade europeia, beneficiam-se do livre comércio, e gozam de isenção de taxas de importação na Alemanha;
- Chile (10^o. maior fornecedor): embaçado no Acordo de Associação Chile-União Europeia, no âmbito da preferência alfandegária (*Zollpräferenz*), é isento de taxas de importação, desde 01.01.2010.

A avaliação do SECOM-Berlim mostra que o mercado do mel natural na Alemanha é representado por um leque de atores, ou seja, inexistente um fornecedor principal que detenha uma grande fatia de mercado. Existem diversos fornecedores atuando no mercado, o que significa, em princípio, haver chances para o Brasil. A Ucrânia, a Argentina e o México têm sido os três principais países fornecedores. Os três países juntos detiveram, em 2017, 46% do mercado, em volume.

A Ucrânia deteve, em 2013, 7% do mercado, em volume, e em 2017, 16%, registrando assim um crescimento de 138% de suas vendas para a Alemanha. Em 2017, o preço médio anual do mel ucraniano foi de US\$/kg 2,01, o mais acessível de todos os principais fornecedores - menor até que o produto chinês (US\$/kg 2,27), e inferior ao valor médio de importação anual da Alemanha (US\$/kg 3,37).

A Argentina, por seu turno, tem mostrado bom desempenho exportador nos últimos três anos, de 2014 a 2017. O país sul americano aumentou em 45% as suas vendas para a Alemanha, entre 2013 e 2017, e deteve 15% do mercado, em volume, em 2017. Observa-se claramente o impacto da diminuição do preço no aumento da competitividade do país. O país deteve, em 2015, 8% do mercado, em volume, com vendas a US\$/kg 3,53, enquanto em 2017 participou com 15%, a preços

médios anuais de US\$/kg 2,64, o que significou redução de 25% no preço - e aumento de 88% na participação de mercado. Cabe mencionar, ainda, que a Argentina (14 mil toneladas) foi o maior fornecedor para a Alemanha, em 2016, em volume.

Quanto ao México, o país ocupou a categoria de principal fornecedor, entre 2013 e 2016, em volume. Em 2017, o país foi o principal fornecedor, em valor. Apesar de o país continuar a ser um dos três principais fornecedores de mel natural para a Alemanha, vem perdendo mercado, ao longo dos últimos dois anos, para a Ucrânia e para a Argentina.

O acordo de livre comércio Mercosul-UE, em negociação, poderá alavancar a entrada de mel brasileiro, estimulado pelo rebaixamento de barreiras protecionistas deste mercado. Os produtores brasileiros, no entanto, devem estar sempre atentos para a qualidade do produto. Os consumidores alemães têm alta conscientização ambiental e em relação à saúde, e estão cada vez mais atentos à qualidade e à segurança dos alimentos. O desejo dos consumidores por sustentabilidade e qualidade livre de resíduos se reflete no comércio local. Importante ainda lembrar que na Alemanha dá-se muitas vezes preferência a produtos localmente produzidos, também para reduzir a pegada de carbono.

Basicamente, pontos como montante de direitos aduaneiros, volume de produção no país de origem, e a presença, ou a atuação de outros países exportadores/concorrentes, devem ser considerados na avaliação do desempenho dos países fornecedores. Quanto à performance exportadora do Brasil para a Alemanha, tanto representantes da Tuchel&Sohn (empresa importadora e exportadora de mel natural), como da Breitsamer&Ulrich (empresa importadora e engarrafadora de mel, da marca “Breitsamer Honig”) e da D. Schumacher (empresa importadora e processadora de mel), entendem que o motivo da tímida presença do produto brasileiro no mercado alemão estaria ligada ao mercado norte americano: o aumento do consumo nos EUA, e portanto da demanda, e preços muito mais atraentes do que os europeus, em parte também dependentes das taxas de câmbio, fariam com que esse mercado fosse mais atraente do que o alemão. Para os empresários, os EUA decididamente seriam o mercado-alvo preferido do Brasil.

O representante da Tuchel&Sohn afirmou, ainda, ter-se tornado o Brasil um importante fornecedor de mel orgânico nos últimos anos, e não acredita que o fator qualidade tenha afetado as vendas para a Alemanha, apesar da existência de casos negativos isolados no passado.

O diretor gerente da D. Schumacher, por seu turno, observou que o Brasil estaria exportando quase exclusivamente mel orgânico certificado para a Alemanha. Ademais, avalia que a proporção de mel orgânico do total importado seja de 5% a 7%. Com base nesses dados, o Brasil responderia por 9% a 12% do total do mel orgânico importado pela Alemanha, em 2017, em volume, o que corresponderia a um valor significativamente mais representativo do que o de 1%, obtido do total geral (convencional+orgânico). O representante da D. Schumacher entende exportar o Brasil apenas produtos orgânicos devido ao maior preço, havendo possibilidade de se posicionar melhor em relação aos concorrentes. O empresário afirmou, porém, ter havido no passado também grande exportação de mel convencional do Brasil para a Alemanha. O motivo do atual desenvolvimento de mercado estaria relacionado aos preços de venda de outros países, que seriam muito mais interessantes do que os do Brasil para os compradores alemães.

O representante da Breitsamer&Ulrich avaliou, ainda, ter a impressão de o Brasil estar novamente interessado no mercado alemão. A Breitsamer ressaltou, por igual, os altos requisitos de qualidade exigidos pelos alemães, que poderiam afetar as vendas brasileiras, lembrando as ofertas irregulares ocorridas no passado.

Os dados de exportações brasileiras, segundo o MDIC, confirmam as observações dos representantes das empresas contatadas pelo SECOM-Berlim. Os Estados Unidos têm sido o mercado-alvo das vendas brasileiras de mel natural, e concentram, há anos, a preferência dos exportadores brasileiros de mel natural. Em 2017, os EUA importaram 86% do produto exportado pelo Brasil ao preço médio anual de exportação de US\$/kg 4,48, superior ao do para a Alemanha (US\$/kg 4,44). Cabe mencionar, a propósito, que, de acordo com o MDIC, entre 2013 e 2017 as vendas brasileiras para os EUA cresceram 95%, em volume, e 162%, em valor. Dados mais recentes, todavia, mostram que de janeiro a agosto de 2018, apesar de os EUA continuarem a ser o destino principal das exportações brasileiras (77% do volume total embarcado, 76%, em valor), as vendas para aquele país diminuíram. Em contrapartida, as exportações para a Alemanha aumentaram: o país aparece como segundo maior importador do mel brasileiro, com 11% de participação de mercado, em volume, 13%, em valor, a preços médios superiores (US\$/kg 3,90) aos dos EUA (US\$/kg 3,47).

Os números de 2018 mostram claramente um desvio das vendas brasileiras, ou diversificação de mercados alvo, decorrente da redução do preço médio de importação pago nos EUA.

Como já exposto, apesar de o Brasil ser um grande produtor mundial de mel, o desempenho de suas exportações para a Alemanha tem sido modesto. Os dados mostram decréscimo de importações tendo como origem o Brasil de 61%, em relação ao volume, entre 2013 e 2017. As exportações brasileiras estão longe de esgotar o potencial do grande mercado que é a Alemanha. O setor tem potencial para evoluir e ganhar cada vez mais espaço no mercado externo. O mel tem boas perspectivas de crescimento, devido à importância do mercado de saúde, de particular interesse do povo alemão, e também devido à alta demanda local, em parte explicada pelo seu relativamente baixo grau de autossuficiência no abastecimento do mercado (2017: 30%). O exportador brasileiro, entretanto, deve cuidar para não prejudicar a imagem do produto. Os problemas de monitoramento, controle de resíduos e contaminantes ocorridos no passado ainda são lembrados. Haveria, portanto, a necessidade de desenvolver estratégia para fortalecer a imagem.

Embasado nos dados estatísticos e nas declarações dos especialistas do ramo, pode-se concluir que a participação brasileira neste mercado exigente depende fortemente de oferta de produtos de qualidade. No segmento convencional, dependeria, ademais, de ofertas atraentes, a preços equivalentes aos das vendas ucranianas ou argentinas, por exemplo, para poder conquistar uma parcela maior do mercado.

ANEXO

Potenciais Importadores de Mel Natural na Alemanha

Lista de potenciais importadores de mel natural na Alemanha, de acordo com o portal “*Wer Liefert Was?*”³³: WLW, Honey, abrangendo 218 empresas na Alemanha, entre produtores, prestadores de serviço, varejistas, e atacadistas.

Lista de 22 prestores de serviço “*Dienstleister*”³⁴:

Imker-Stube Jürgen Utz (também atacadista)

Contato: Jürgen Utz
Kronenstrasse 25
DE-75196 Remchingen
Tel.: +49 7232 319571
Fax: +49 7232 319573
E-Mail: j-utz@t-online.de
Website: www.imker-stube.com

ApisNatura

Contato: Alexander Heyber
Dorfstrasse 34
DE-31275 Lehrte
Tel.: +49 5136 9374884
E-Mail: mail@apisnatura.de
Website: www.apisnatura.de

BEEsharing P.A.L.S. GmbH (também atacadista)

Contato: Otmar Trenk
Zöllnerstrasse 13a
DE-22761 Hamburg
Tel.: +49 40 18017440
E-Mail: info@beesharing.eu
Website: www.beesharing.eu

Bio Biene

Contato: Hermann Thanner
Mühlenweg 2 1/2
DE-84307 Eggenfelden
Tel.: +49 8721 10795
E-Mail: info@biobiene.de
Website: www.biobiene.de

³³ „Wer Liefert Was?”, WLW, Honey. Disponível em

<<https://www.wlw.de/en/companies/honey?q=Honey&filter%5Bsort%5D=package&q=Honey&utf8=%E2%9C%93&filter%5Bcountry%5D%5B%5D=de&filter%5Bregion%5D=&filter%5Bradius%5D=50&filter%5Blat%5D=&filter%5Blng%5D=&utf8=%E2%9C%93>>. Acesso em: 24 set. 2018.

³⁴ WLW. Disponível em

<https://www.wlw.de/en/companies/honey?q=Honey&filter%5Bsort%5D=package&q=Honey&utf8=%E2%9C%93&filter%5Bcountry%5D%5B%5D=de&filter%5Bregion%5D=&filter%5Bradius%5D=50&filter%5Blat%5D=&filter%5Blng%5D=&utf8=%E2%9C%93&filter%5Bsupplier_types%5D%5B%5D=service_provider>. Acesso em: 24 set. 2018.

Imkerei Ramunas Lange Wegguner Honighof

Contato: Jovita Lange
Müllergang 1
DE-17291 Weggun
Tel.: +49 1523 3904687
E-Mail: imkereilange@aol.com
Website: www.honig-bieni.de

Mount Everest Tea Company GmbH (também atacadista)

Contato: Jens von Riegen, Joachim Schütt (Manager)
Daimlerstrasse 13
DE-25337 Elmshorn
Tel.: +49 4121 79126
Fax: +49 4121 438879
E-mail: info@mount-everest-tea.de
Website: www.mount-everest-tea.de

Bull & Bear Aktiengesellschaft (também atacadista)

Contato: Karin Rilling
Jurastrasse 2
DE-73119 Zell
Tel.: +49 7164 149300
Fax: +49 7164 1493077
E-Mail: shopping@bull-bear.de
Website: www.bull-bear.de

Imkerei Glückshonig

Contato: Jürgen Parg
Bachstrasse 8
DE-64853 Otzberg
Tel.: +49 6162 801774
Fax: +49 6162 809564
E-Mail: info@glueckshonig.de
Website: www.glueckshonig.de

Kalweit GmbH (também atacadista)

Contato: Thoralf Kalweit
Buchholzer Strasse 55-58
DE-13156 Berlin
Tel.: +49 30 44047144
Fax: +49 30 47305019
E-Mail: mail@saftkiste.de
Website: www.saftkiste.de

L.W.C. Michelsen GmbH (também atacadista)

Contato: Jan Erik Peters, Malte Peters (Manager)
Michelsenweg 1
DE-20537 Hamburg
Tel.: +49 40 2540550
Fax: +49 40 25405540
E-Mail: m.peters@michelsen.de
Website: www.michelsen.de

Naturprodukte Lembcke GbR (também atacadista)

Contato: Heinz Lembcke
Schwabendorf 22
DE-17139 Faulenrost
Tel.: +49 39951 17008
E-Mail: info@naturprodukte-mv.de
Website: www.Naturprodukte-MV.de

Oberschwabengold Imkerei

Contato: Hardy Gerster
Hasengärtlestrasse 65
DE-88326 Aulendorf
Tel.: +49 7525 923177
E-Mail: goldimkerei@me.com
Website: www.goldimkerei.de

Turkuaz GmbH (também atacadista)

Contato: Süleyman Ertas (Manager)
Thyssenstrasse 7-17
DE-13407 Berlin
Tel.: +49 30 41479340
E-Mail: info@asbal.eu
Website: www.asbal.eu

Bäckerei KARL Inh. Michael Karl e.K.

Contato: Jutta Kirschbaum
Vadenröder Strasse 14
DE-36318 Schwalmtal
Tel.: +49 6630 331
Fax: +49 6630 919091
E-Mail: info@baecker-karl.com
Website: www.riesensauerteigbrot.de

Emotion Provence Inh. Peter Weidner (também atacadista)

Contato: Peter Weidner
M 2 15a
DE-68161 Mannheim
Tel.: +49 621 17887591
E-Mail: info@emotionprovence.de
Website: www.emotionprovence.de

Gourmet Leon

Contato: Christian Hjort
An der Hartbrücke 4
DE-64625 Bensheim
Tel.: +49 6251 984144
Fax: +49 6251 845570
E-mail: info@gourmet-leon.com
Website: www.gourmet-leon.com

HAPE Imkerei GmbH

Contato: Peter Stieber (Manager)
Tullastrasse 90/1
DE-68809 Neulußheim
Tel.: +49 6205 38998030
E-Mail: info@die-biene.bio
Website: www.die-biene.bio

Imkerei Olbrich GbR (também atacadista)

Contato: Wolfgang Olbrich
Barfüßerstrasse 4
DE-99734 Nordhausen
Tel.: +49 3631 6511150
Fax: +49 3631 4966253
E-Mail: imkerei-olbrich-gbr@t-online.de
Website: www.imkerei-olbrich-gbr.jimdo.com

Kellmann Vertriebs GmbH (também atacadista)

Contato: Marcus e Chris Kellmann
Industriestrasse 34
DE-39576 Stendal
Tel.: +49 3931 490370
E-Mail: info@kellmann-vertrieb.de
Website: www.kellmann-vertrieb.de

Ölmühle Solling GmbH

Contato: Gudrun Baensch
Höxtersche Strasse 1
DE-37691 Boffzen
Tel.: +49 5271 966660
Fax: +49 5271 9666666
E-Mail: info@oelmuehle-solling.de
Website: www.oelmuehle-solling.de

Özkan Genc e.K. (também atacadista)

Contato: Özkan Genc
Feithstrasse 30
DE-58095 Hagen
Tel.: +49 177 8801030
E-Mail: ozkan.genc@gmail.com

Lista de atacadistas (104) na Alemanha³⁵, dentre outras:

Felix Himstedt GmbH & Co. KG

Contato: Stefan Rieser
Hanfelder Strasse 9
DE-82319 Starnberg
Tel.: +49 8151 4570
Fax: +49 8151 28486
E-Mail: info@honig-himstedt.de
Website: www.honig-himstedt.de

Hafen-Mühlen-Werke GmbH

Contato: Torsten Witte
Bahnhofstrasse 11
DE-27442 Gnarrenburg
Tel.: +49 4763 9458410
Fax: +49 4763 9458429
E-Mail: hmw@hafenmuehle.de
Website: www.hafenmuehle.de

Bienen-Ruck GmbH

Contato: Siegbert Ruck
Am Angertor 9
DE-97618 Wülfershausen
Tel.: +49 9762 305
Fax: +49 9762 6448
E-Mail: info@bienen-ruck.de
Website: www.bienen-ruck.de

Allos Hof-Manufaktur GmbH

Contato: Gabi Drossard
Domshof 18 – 20
DE-28195 Bremen
Tel.: +49 2851 1007
Fax: +49 2851 3450
E-Mail: info@derit.de
Website: www.derit.de

Biel-Tee GmbH & Co. KG

Mr. Gerhard Biel
Lehmkuhlenweg 10
DE-25856 Hattstedt
Tel.: +49 4846 6279
Fax: +49 4846 1785
E-Mail: info@biel-tee.de
Website: www.biel-tee.de

³⁵ WLW. Disponível em

<https://www.wlw.de/en/companies/honey?q=Honey&filter%5Bsort%5D=package&q=Honey&utf8=%E2%9C%93&filter%5Bcountry%5D%5B%5D=de&filter%5Bregion%5D=&filter%5Bradius%5D=50&filter%5Blat%5D=&filter%5Blng%5D=&utf8=%E2%9C%93&filter%5Bsupplier_types%5D%5B%5D=wholesaler>. Acesso em: 24 set. 2018.

Bienen Wundermittel Inh. Michael Schwarz

Contato: Michael Schwarz
Kirchstrasse 22
DE-88138 Weißenberg
Tel.: +49 171 1755345
E-Mail: info@bienen-wundermittel.de
Website: www.bienen-wundermittel.de

Brakhoff Getränke und mehr GmbH

Contato: Maria Brakhoff-Salzmann (Manager)
Erlanger Strasse 8
DE-91056 Erlangen
Tel.: +49 9131 120400
Fax: +49 9131 1204040
E-Mail: info@brakhoff.de
Website: www.brakhoff.de

Dextro Energy GmbH & Co. KG

Contato: Andreas Romankiewicz (Manager), Stefan Harms
Hafenstrasse 77
DE-47809 Krefeld
P.O. Box 9239
DE-40636 Meerbusch
Tel.: +49 2151 52270
Fax: +49 2151 5227382
E-Mail: info@dextro-energy.de
Website: www.dextro-energy.de

dwp eG

Contato: Thomas Engler
Hinzistobler Strasse 10
DE-88212 Ravensburg
Tel.: +49 751 361550
Fax: +49 751 3615533
E-Mail: info@dwpeg.de
Website: www.dwpeg.de

ENKA FOOD GMBH

Contato: Ismail Aktitiz
Josef-Baumann-Strasse 21
DE-44805 Bochum
Tel.: +49 234 5864910
Fax: +49 234 5864911
E-Mail: info@enkafood.com
Website: www.enkafood.com

Fritz Harrer

Contato: Wolf-Dieter Harrer
Hersbrucker Strasse 36
DE-90480 Nürnberg
Tel.: +49 911 524022
Fax: +49 911 5216305

E-Mail: fritz-harrer@t-online.de
Website: www.harrer-nuernberg.de

Fürsten-Reform Dr. med. Hans Plümer Nachf. GmbH & Co KG

Contato: Heinrich Schulze, Thorsten P. Kümper, Christian Wiesbauer, Frank Filodda, Ralf Decker
(Manager)

Am Salgenholz 2
DE-38110 Braunschweig
Tel.: +49 5307 92000
Fax: +49 5307 920042
E-Mail: hg.siebert@fuersten-reform.de
Website: www.bihophar.de

Groß und Einzelhandel Meyer's- Wiesen e.K Julius Kocsis

Contato: Marianna Kocsis
Erasmusweg 6
DE-87600 Kaufbeuren
Tel.: +49 8341 9606196
Fax: +49 8341 9606195
E-Mail: info@meyers-wiesen.de
Website: www.meyers-wiesen.de

HE Hansen GmbH

Contato: Inge Mollenhauer
Vielohweg 156
DE-22455 Hamburg
Tel.: +49 40 7524662200
Fax: +49 40 335046
E-Mail: hehansen@t-online.de
Website: www.he-hanse.de

Herud & Wegert GmbH

Contato: Axel Herud
Am Industriegelände 7A
DE-19288 Ludwigslust
Tel.: +49 3874 250860
Fax: +49 3874 250965
E-Mail: sanddornquelle@web.de
Website: www.Sanddornquelle.com

Honig Reinmuth Heinrich Reinmuth GmbH & Co.

Contato: Heinrich Reinmuth
Imkerweg 2
DE-74821 Mosbach
Tel.: +49 6267 1021
Fax: +49 6267 6226
E-Mail: info@honig-reinmuth.com
Website: www.honig-reinmuth.com

Johann Göken Honigversand GmbH & Co KG

Contato: Johannes Göken
Thüler Strasse 67
DE-26169 Friesoythe
Tel.: +49 4495 1213
Fax: +49 4495 415
E-Mail: goeken@honig-goeken.de
Website: www.honig-goeken.de

Kirchner, Fischer & Co. GmbH

Contato: Jens von Riegen
Daimlerstrasse 13
DE-25337 Elmshorn
Tel.: +49 4121 79196
Fax: +49 4121 787480
E-Mail: info@kirchner-fischer.de
Website: www.kirchner-fischer.de

Moreno GmbH & Co. KG

Contato: Margarita Moreno
Ottostrasse 20
DE-53332 Bornheim
Tel.: +49 2227 99010
Fax: +49 2227 990140
E-Mail: info@moreno.de
Website: www.moreno.de

OHG SELGROS Cash & Carry GmbH & Co.

Contato: Marc Köthe
Europaallee 35
DE-50226 Frechen
Tel.: +49 2234 18620
Fax: +49 2234 1862199
E-Mail: info@selgros.de
Website: www.selgros.de

ASSOCIAÇÕES/INSTITUIÇÕES**HONIG-VERBAND E. V. (Associação Alemã do Mel)****Dr. Helena Melnikov (Diretora/Geschäftsführerin)**

Große Bäckerstr. 4
Tel.: 040 / 37 47 19 - 0
Fax: 040 / 37 47 19 - 19
E-Mail: info@honig-verband.de
<https://www.honig-verband.de>

Membros:

- **Allos Hof-Manufaktur GmbH**
Postfach 10 75 27, 28075 Bremen
Contato: Marion Babilon
Tel.: 05445 - 98 99 - 222
FAX: 05445 - 98 99 - 249

- E-Mail: marion.babilon@allos.de
Website: <https://www.allos.de>
- **Breitsamer + Ulrich GmbH & Co. KG**
Berger-Kreuz-Str. 28, 81735 München
Contato: Robert Breitsamer
Tel.: 089 - 450 56 2 0
Fax: 089 - 450 56 2 20
E-Mail: info@breitsamer.de
Website: <https://www.breitsamer.de>
 - **Adolf Darbo AG (Austria)**
Dornau 18, 6135 Stans, Österreich
Contato: Martin Darbo, Robert Testor
Tel.: +43 - 5242 - 6951 - 0
Fax: +43 - 5445 - 98 99 - 249
E-Mail: robert.testor@darbo.at, info@darbo.at
Website: <https://www.darbo.at>
 - **Dreyer Bienenhonig GmbH**
Auf der Masch 6, 29525 Uelzen
Contato: Henning Dreyer
Tel.: 0581 - 90 800
Fax: 0581 - 180 17
E-Mail: info@dreyer-bienenhonig.de
Website: <http://www.dreyer-bienenhonig.de/>
 - **Fürsten-Reform**
Dr. med. Hans Plümer Nachf. GmbH & Co. KG
Am Salgenholz 2, 38110 Braunschweig
Contato: Elke Prinke
Tel.: 05307 - 92 00 21
Fax: 05307 - 92 00 921
E-Mail: info@bihopfar.de
Website: <https://www.bihopfar.de/>
 - **Göbber GmbH**
Bahnhofstraße 40, 27324 Eystrup
Contato: Marc Ebbert
Tel.: 04254 - 37 - 0
Fax: 04254 - 37 - 299
E-Mail: glassistenz@goebber.de
Website: <https://www.goebber.de>
 - **Johann Göken Honigversand GmbH & Co KG**
Thüler Str. 67, 26169 Thüle
Contato: Johannes Göken
Tel.: 04495 - 12 13
Fax: 04495 - 415
E-Mail: goeken@honig-goeken.de
Website: <https://www.honig-goeken.de>
 - **Honig-Wernet GmbH**
Forstweg 1 - 3, 79183 Waldkirch
Contato: Jürgen Wernet
Tel.: 07681 - 7139
Fax: 07681 - 1699
E-Mail: info@honig-wernet.de
Website: <https://www.honig-wernet.de>
 - **Module Handelsagentur GmbH**
Sachsentor 29/31, 21029 Hamburg
Contato: Martin Andreas Kreuzburg
Tel.: 040 - 881 610 841
Fax: 040 - 881 610 848
E-Mail: akr@module-gmbh.de
Website: www.module-gmbh.de
 - **Narimpex AG (Suíça)**
Schwanengasse 47, CH-2501 Biel / Bienne
Contato: Heinrich Grünig

- Tel.: +41 32 - 366 62 62
Fax: +41 32 - 366 62 66
E-Mail: narimpex@narimpex.ch
Website: <http://shop.narimpex.ch/>
- **Heinrich Reinmuth GmbH & Co.**
Imkerweg 2, 74821 Mosbach
Contato: Heinrich Reinmuth
Tel.: 06267 – 201
Fax: 06267 - 62 26
E-Mail: info@honig-reinmuth.de
Website: <https://www.honig-reinmuth.de>
 - **D. Schumacher GmbH & Co. KG**
Teerhof 59, 28199 Bremen
Contato: Dirk Schumacher
Tel.: 0421 - 5489 – 552
Fax: 0421 - 5489 -554
E-Mail: dirk.schumacher@dsc-kg.de
Website: www.dsc-kg.de
 - **J.G. Schütte Honig GmbH & Co. KG**
Bornstr. 16 – 17, 28195 Bremen
Contato: Honey Department
Tel.: 0421 - 30 42 267
Fax: 0421 - 30 42 268
E-Mail: honey@jgs.de
Website: <https://www.jgs.de>
 - **STUTE Nahrungsmittelwerke GmbH & Co. KG**
Abtsbrede 129, 33098 Paderborn
Tel.: 05251 - 170 – 0
Fax: 05251 - 170 – 104
E-Mail: mail@stute-fruits.de
Website: <https://www.stute-fruits.de/>
 - **Tuchel & Sohn GmbH**
Hermann-Buck-Weg 6, 22309 Hamburg
Contato: Peter Tuchel
Tel.: 040 - 639 007 – 0
Fax: 040 - 639 007 – 77
E-Mail: tuchel@tuchel-com.de
Website: <https://tuchel-sohn.com>
 - **Walter Lang GmbH**
Am Alten Sicherheitshafen 2, 28197 Bremen
Contato: Gerrit Lang
Tel.: 0421 - 52 71 74 – 11
Fax: 0421 - 52 71 74 – 9911
E-Mail: info@walter-lang.de
Website: www.walter-lang.de

Deutscher Imkerbund e.V.

Associação Alemã de Apicultura

Diretora: Barbara Löwer

Villiper Hauptstraße 3

53343 Wachtberg

Tel.: 0228 / 93 29 2-0

Fax: 0228 / 32 10 09

E-Mail: deutscherimkerbund@t-online.de

Website: www.deutscherimkerbund.de

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL)

Ministério Federal da Alimentação e Agricultura

Ministra: Julia Klöckner

Escritório em Berlim:

Wilhelmstr. 54, 10117 Berlin

Tel.: +49 (0) 30 / 1 85 29 - 0

Fax: +49 (0) 30 / 1 85 29 - 31 79

E-Mail: poststelle@bmel.bund.de

Website: <https://www.bmel.de/EN>

Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE)

Agência Federal de Agricultura e Alimentação

Presidente: Dr. Hanns-Christoph Eiden

Deichmanns Aue 29

53179 Bonn

Tel.: +49 228 / 68 45-0

Fax: +49 228 / 68 45-3444

E-Mail: info@ble.de, info@ble.de-mail.de

Website: <https://www.ble.de/>

BLE - Referat 514 (licenças e quotas, proibição de comércio „*Lizenzen und Kontingente, Handelsverbote*“)

Chefe do setor: Dr. Ralf Keller

Deichmanns Aue 29

D - 53179 Bonn

Tel.: +49 228/6845-3850

Fax: +49 30/1810 6845-3624

E-Mail: Lizenzen@ble.de

Website: http://www.ble.de/DE/Themen/Marktorganisation/Ein-Ausfuhrlicenzen/ein-ausfuhrlicenzen_node.html

Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit (BVL)

Escritório Federal de Proteção ao Consumidor e Segurança Alimentar

Presidente: Dr. Helmut Tschiersky

Bundesallee 35

38116 Braunschweig

Tel.: +49 531/21497-0

Fax: 0531/21497-299

E-Mail: poststelle@bvl.bund.de

Website: <https://www.bvl.bund.de/EN>

Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR)

Instituto Federal de Avaliação de Risco

Presidente: Professor Dr. Dr. Andreas Hensel

Max-Dohrn-Str. 8-10

D - 10589 Berlin

Tel.: +49 30-18412-0

Fax: +49 30-18412-4741

E-Mail: bfr@bfr.bund.de

Website: <https://www.bfr.bund.de/en/home.html>

Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde e. V. (BLL)

Federação para Direito e Ciência Alimentar e. V.

BLL é a principal associação da indústria alimentar alemã.

Presidente: Stephan Nießner

Postfach 06 02 50, 10052 Berlin

Haus der Land- und Ernährungswirtschaft

Claire-Waldoff-Straße 7, 10117 Berlin

Tel.: +49 30 206143 -0

Fax: +49 30 206143 -190

Website: www.bll.de/en/home

Bundesinformationszentrum Landwirtschaft (BZL)

Centro Federal de Informação para Agricultura

O BZL agrupa as competências do BLE e do ex-serviço de informação AID no campo da comunicação agrícola.

Website: https://www.ble.de/DE/BZL/bzl_node.html

Bundeszentrum für Ernährung (BzFE)

Centro Federal de Nutrição

O Centro Federal de Nutrição (BZfE) é o órgão de competência e de comunicação para questões relacionadas à nutrição na Alemanha.

Áreas de trabalho e iniciativas: a) Editores sobre alimentos e consumo sustentável; b) Centro Nacional de Qualidade para alimentação em creches e escolas (NQZ), Mais qualidade na alimentação em creches e escolas; c) Saudável na vida - *Network Young Family* (apoia jovens pais no crescimento saudável de seus filhos); d) Plano Nacional de Ação IN FORM, iniciativa da Alemanha para uma alimentação saudável e mais exercícios físicos; e) Escritório do Secretariado da Comissão Alemã do Livro de Alimentos (orientação para participantes do mercado).

Website: <https://www.bzfe.de/>

Deutscher Speditions- und Logistikverband e.V. (DSLTV)

Management (Hauptgeschäftsführer): Frank Huster

Unter den Linden 24 | Friedrichstraße 155-156

D-10117 Berlin

Tel.: +49 30 4050228-0

Fax: +49 30 4050228-88

E-mail: info@dslv.spediteure.de

Website: <https://www.dslv.org/>

Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V. (DGE)

Sociedade Nutricional Alemã

Management (*Geschäftsführer*): Dr. Helmut Oberritter

Godesberger Allee 18

53175 Bonn

Tel.: +49 228 / 3776-600

Fax: +49 228 / 3776-800

E-Mail: webmaster@dge.de

Website: www.dge.de

Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen e. V. (BGA)

Confederação Alemã do Comércio Atacadista, Comércio Exterior, Serviços

Presidente: Dr. Holger Bingmann

Am Weidendamm 1 A
10117 Berlin
Tel.: +49 30/ 59 00 99 5-0
Fax: +49 30/ 59 00 99 5 19
E-Mail: info@bga.de
Website: www.bga.de

Import Promotion Desk (IPD)

c/o sequa gGmbH
Fundada pelo Ministério Federal da Cooperação Econômica e Desenvolvimento (BMZ)
Chefe IPD: Dr. Julia Hoffmann (Escritório Bonn)
Alexanderstr. 10
D-53111 Bonn
Tel.: +49 (0) 228 965 05 890
Fax: +49 (0) 228 926 37 989
E-Mail: info@importpromotiondesk.de
Website: <https://www.importpromotiondesk.de/en/ipd-home/>

Generalzolldirektion - Zentrale Auskunft

Direção Geral da Alfândega Alemã - Informação Central
A Alfândega é uma autoridade/organismo do Ministério Federal das Finanças.
Postfach 10 07 61
01077 Dresden
Tel.: +49-351/44834-520
E-Mail: info.gewerblich@zoll.de
Website: http://www.zoll.de/DE/Service/Auskuenfte/Allgemeine-Fragen/allgemeine-fragen_node.html

Waren-Verein der Hamburger Börse e.V.

Associação de Mercadorias da Bolsa de Hamburgo

Presidente: Thomas Haas-Rickertsen
Managing director (*Hauptgeschäftsführerin*): Dr. Helena Melnikov
Große Bäckerstraße 4
20095 Hamburg
Deutschland
Tel: +49 40 37 47 19-0
Fax: +49 40 37 47 19-19
E-Mail: info@waren-verein.de
Website: www.waren-verein.de

QSI – Quality Services International GmbH

Management (*Geschäftsführerin*): Gudrun Beckh
Flughafendamm 9 A
28199 Bremen
Deutschland
Tel: +49 (0)421 / 59 66 070
E-Mail: info@qsi-q3.de
Website: <https://www.qsi-q3.de/unternehmen/>

Intertek Holding Deutschland GmbH

Management (*Geschäftsführer*): Thomas Kordick

Stangenstraße 1
70771 Leinfelden-Echterdingen
Deutschland
Tel.: +49 711 27311 0
Fax: +49 711 27311 559

Intertek Certification GmbH

Pessoa de contato: Markus Heckers
Marie-Bernays-Ring 19a
41199 Mönchengladbach
Tel.: +49 21 66 6007 45
Fax: +49 711 27311 559
E-Mail: germany@intertek.com
Website: <http://www.intertek.de/>

FoodPLUS GmbH

Managing Director (*Geschäftsführung*): Dr. Kristian Moeller
Spichernstraße 55
D-50672 Köln, Deutschland
Tel: +49 (0)221 57 993-25
Fax: +49 (0)221 57 993-89
Website: www.globalgap.org
E-mail: info@globalgap.org
Website: <https://www.globalgap.org/pt/index.html>

(SECOM/BERLIM - VvR 28/09/18)