

BioFach 2004 – Newsletter

Editorial

Caro(a) empresário(a),

O ano de 2003 foi marcado por oportunidades e desafios, principalmente no que se refere às exportações brasileiras. Nesse sentido, a Câmara de Comércio e Indústria Brasil -Alemanha possui um importante papel na intermediação entre o mercado brasileiro e o alemão. A participação em feiras internacionais é uma das principais ferramentas usadas pelas empresas para conquistar novos mercados.

Assim, a Alemanha é fundamental nesta estratégia. Cerca de 2/3 dos mais importantes eventos internacionais concentram-se no país. A BioFach 2004 será a principal plataforma daqueles que pretendem entrar no mercado internacional de orgânicos. A participação brasileira nesta edição já está em negociação e empresas/entidades como Sindicafé, Cearapi, MN Própolis, Cia. Mogi e Tozan já estão confirmadas.

Entre em contato com o departamento de feiras da Câmara Brasil-Alemanha e descubra como participar do principal evento de produtos orgânicos no mundo. Bons negócios!

Dinah Worisch Mazzo
Diretora do Departamento de Feiras
Câmara de Comércio e Indústria Brasil Alemanha
Tel.: 11 5187-5213
Fax.: 11 5181-7013
feiras@ahkbrasil.com
www.ahkbrasil.com

Brasil conquista novas oportunidades na BioFach

A edição 2003 da BioFach, maior feira de produtos orgânicos do mundo trouxe resultados positivos para os produtos brasileiros. Somente no levantamento preliminar dos negócios fechados, foram movimentados US\$ 5,5 milhões em vendas para o mercado europeu de cerca de nove mil toneladas de produtos orgânicos brasileiros.

A perspectiva de novas exportações para um dos principais parceiros comerciais do Brasil anima o setor. "Na Conferência BioFach Brasil, realizada em setembro, sentimos o interesse dos empresários em manter sua participação na BioFach e temos garantida a presença de, pelo menos, 19 expositores na edição 2004", comenta Dinah Worisch Mazzo, diretora do Departamento de Feiras da Câmara de Comércio e Indústria Brasil-Alemanha.

O sucesso da participação brasileira é fruto do esforço conjunto de empresários, entidades e órgãos governamentais. Para viabilizar o estande brasileiro, foi criada uma parceria entre a APEX-Brasil e a Câmara de Comércio e Indústria Brasil-Alemanha, além do apoio do Planeta Orgânico, IBD (Instituto Biodinâmico), Ministério da Agricultura .

Perfil do Mercado Orgânico Brasileiro

Segundo Juan Quirós, presidente da APEX-Brasil, a principal característica do mercado brasileiro orgânico é a agricultura familiar como responsável pela maior parte da produção. Em função deste cenário, a Câmara de Comércio e Indústria Brasil Alemanha desenvolve um dos trabalhos mais importantes para a BioFach - a capacitação de produtores sem acesso e habilitação no setor orgânico.

Afinal, o potencial de crescimento é enorme. É possível agregar valor ao produto e mobilizar cadeias produtivas para o fortalecimento de exportações de cafés especiais, cachaças, açúcar, mel, entre outros. A meta é criar oportunidades de marketing para a indústria orgânica conquistar novos contratos de exportação, ampliar a oferta de alimentos orgânicos no mercado interno e promover parcerias entre os produtores nacionais.

O Mercado Internacional

O ano de 2002 revelou um crescimento de 10% nas vendas mundiais de alimentos e bebidas orgânicos, totalizando 23 bilhões de dólares. O estudo foi conduzido pela entidade Organic Monitor, consultores industriais com atuação específica neste segmento.

Pela pesquisa realizada, foi observada maior expansão na América do norte, em especial nos EUA. O principal motivo, segundo o Organic Monitor, foi a implementação de um Programa Orgânico Nacional que contribuiu para a vasta distribuição de produtos orgânicos no varejo.

Na Europa foram verificados altos índices de crescimento na Itália e Suíça com forte demanda de consumo.

Números da edição 2003

A BioFach 2003 reuniu mais de 1.900 expositores vindos de 57 países. Isso representou um crescimento de 3% no índice de expositores, 12% em relação ao tamanho e 6% de visitantes circulando na feira.

O Brasil dobrou o número de projetos - 40 em 2003 contra 20 na edição anterior. O estande conjunto ganhou força e ocupou 250 m², um crescimento de mais de 100%. A expectativa para 2004 é manter a participação de 2003 e avaliar a possibilidade de ampliação do estande conjunto, uma vez que a procura de produtores nacionais aumenta a cada mês.

Os Produtos Brasileiros

Conheça os produtos brasileiros que despertaram a atenção da Europa:

- Cacau: Alemanha e Holanda;
- Carne de porco: Portugal;
- Cogumelo Agaricus: Alemanha, Portugal, França, Espanha, Romênia e Coréia;
- Cosméticos fitoterápicos: Alemanha e Suíça;
- Cupuaçu: Holanda;
- Especiarias: Alemanha e Coréia;
- Frutas secas e desidratadas: Alemanha, Suíça e França;
- Mel: Alemanha, Itália, França, Austrália, Malásia, Canadá, Suíça, Bélgica e Espanha;
- Palmito: Alemanha e Holanda.

Produtos tradicionais como açúcar, cachaça, café, açúcar, soja e suco de laranja também atraíram a atenção de países europeus, sul-americanos como Argentina e Chile, além dos asiáticos, do Oriente Médio e Oceania.

Projeto Câmara de Comércio e Indústria Brasil-Alemanha

OrganicBrasil

Como plataforma fomentadora de negócios bilaterais, a Câmara de Comércio e Indústria Brasil-Alemanha desenvolveu juntamente com a APEX-Brasil - Agência de Promoção das Exportações do Brasil, em parceria com o IBD - Instituto Biodinâmico e Planeta Orgânico, o Projeto Organic Brasil. Seu objetivo é promover e coordenar a presença de produtos orgânicos brasileiros na BioFach, Feira Internacional de Produtos Orgânicos, que se realizará fevereiro de 2004, em Nuremberg, na Alemanha.

A iniciativa da Câmara Brasil-Alemanha engloba alguns aspectos importantes: pesquisa de prospecção do mercado; viabilização da presença brasileira na feira; apoio logístico para efetivar esta participação; organização de encontros, visitas agendadas e rodadas de negócio e a manutenção da imagem do produto orgânico brasileiro na Alemanha.

Alemanha

Em todo mundo o mercado orgânico ganha cada vez mais importância e na Alemanha essa tendência não é diferente. No ano de 2002, o seu faturamento alcançou a cifra de 3 bilhões de euros, segundo dados do Organic Monitor.

Fortemente apoiado por medidas do governo federal, tanto no que se refere às práticas de produção, quanto aos canais de comercialização e incentivo ao consumo, estima-se que num prazo de 10 anos, os produtos orgânicos da Alemanha venham a representar 20% do mercado alimentício do país. Atualmente, oito mil produtos já detêm a certificação oficial - Bio-Siegel - reconhecida por todos os países da Comunidade Européia.

O Brasil, país que conta com um imenso potencial para o desenvolvimento da agroindústria, já desponta no comércio internacional entre os maiores exportadores de açúcar e suco de laranja cultivados dentro dos princípios da agricultura orgânica