



ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI VÀ ĐẦU TƯ TP.HCM

BÁO CÁO
SƠ LƯỢC VỀ THỊ TRƯỜNG NGÀNH HÀNG
HS.0801 - HÀ LAN

Thành phố Hồ Chí Minh 2022

SƠ LƯỢC VỀ THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU DỪA, QUẢ HẠCH BRAZIL VÀ HẠT ĐIỀU TƯƠI HOẶC KHÔ, ĐÃ HOẶC CHƯA BÓC VỎ HOẶC LỘT VỎ (HS.0801)

1. Giới thiệu

Thị trường xuất khẩu sang Hà Lan cho dứa, quả hạch Brazil (Brazil nuts) và hạt điều, tươi hoặc khô, đã hoặc chưa bóc vỏ hoặc lột vỏ. (HS Code 0801) gồm các sản phẩm: Dừa đã qua công đoạn làm khô, dừa còn nguyên sọ, dừa non, quả hạch Brazil (chưa bóc vỏ hoặc đã bóc vỏ), hạt điều (chưa bóc vỏ hoặc đã bóc vỏ) được lựa chọn dựa trên tiềm năng xuất khẩu của Việt Nam.

2. Các thị trường chính của Việt Nam

Năm 2021, Hà Lan là nước nhập khẩu sản phẩm HS Code 0801 lớn thứ hai của Việt Nam. Hà Lan đã nhập khẩu các sản phẩm sau: Hạt điều tươi hoặc khô, đã tách vỏ (HS.080132 đạt 270,894 triệu USD, giảm 1% trong giai đoạn 2017-2021, chiếm 9,2%); cơm dừa sấy khô (HS.080111 đạt 317 ngàn USD, giảm 43% trong giai đoạn 2017-2021, chiếm 1%); dừa còn nguyên sọ (HS. 080112 đạt 298 ngàn USD, tăng 31% giai đoạn 2017-2021, chiếm 31%); dứa tươi, đã hoặc chưa gọt vỏ (trừ phần sọ bên trong " trái dứa " ") (HS.080119 đạt 286 ngàn USD, giảm 36% trong giai đoạn 2017-2021, chiếm 1%).

Kim ngạch xuất khẩu sản phẩm HS Code 0801 của Việt Nam sang Hà Lan năm 2021 đạt 271,796 triệu USD, giảm 1% trong giai đoạn 2017-2021. Tuy nhiên, tổng lượng nhập khẩu sản phẩm HS Code 0801 của Hà Lan đã tăng 10% trong giai đoạn 2017-2021. Mặt khác, Việt Nam đã củng cố được vị trí khá tốt về xuất khẩu sản phẩm HS Code 0801 sang Mỹ, vốn là thị trường lớn nhất của Việt Nam. Giá trị xuất khẩu sản phẩm HS Code 0801 sang Mỹ năm 2021 tuy giảm 4% trong giai đoạn 2017-2021, nhưng sản lượng nhập khẩu sản phẩm HS Code 0801 của Mỹ tăng 9% trong giai đoạn 2017-2021.

Bảng 1 - Các thị trường xuất khẩu chính của Việt Nam, năm 2021

Quốc gia	Nhập khẩu từ Việt Nam			Tổng nhập khẩu			Các sản phẩm chính, (% nhập khẩu từ Việt Nam)
	Giá trị (Ngàn USD)	Số lượng (Tấn)	Tăng trưởng % ('17-'21)	Giá trị (Ngàn USD)	Số lượng (Tấn)	Tăng trưởng % ('17-'21)	
1. Hoa Kỳ	1.090.943	168.675	-4	1.486.414	294.098	-7	080132 (37%). 080111 (10%),

							080119 (7%)
2. Hà Lan	271.796	38.837	-1	463.173	99.311	-5	080132 (9%), 080111 (1%), 080112 (1%)
3. Đức	266.666	37.576	0	562.055	98.386	-4	080132 (9%), 080111 (1%), 080119 (0%)
4. Trung Quốc	227.761	161.844	35	692.168	936.76 7	28	080132 (6%), 080111 (9%), 080112 (82%)
5. Thái Lan	101.508	105.183	6	165.889	221.15 0	-3	080132 (2%), 080111 (24%), 080119 (76%)
6. Anh	98.399	16.641	-11	242.289	53.118	-9	080132 (3%), 080111 (1%), 080131 (3%)
7. Úc	98.121	16.299	-8	133.351	31.504	-9	080132 (3%), 080119 (1%), 080112 (1%)
8. Pháp	90.566	12.022	9	182.929	32.421	2	080132 (3%), 080111 (1%), 080112 (0%)

Nguồn: ITC tính toán dựa trên số liệu thống kê của Comtrade (2021)

3. Những đối thủ cạnh tranh chính

Năm 2021, Indonesia là nước xuất khẩu dứa, quả hạch Brazil (Brazil nuts) và hạt điều, tươi hoặc khô, đã hoặc chưa bóc vỏ hoặc lột vỏ (HS Code 0801) lớn thứ 2 thế giới (sau Việt Nam). Năm 2021, Indonesia xuất khẩu đạt 556.872 ngàn USD, chiếm 7% thị phần thế giới, tăng 2% trong giai đoạn 2017-2021. Đứng thứ 3 là Ấn Độ, với giá trị xuất khẩu năm 2021 đạt 535.460 ngàn USD, chiếm 6,7% thị phần thế giới, giảm 16% trong giai đoạn 2017-2021. Các nước có tốc độ tăng trưởng cao về giá trị xuất khẩu giai đoạn 2017-2021 gồm: Senegal (95%), Thái Lan (27%), Mozambique (24%), Nigeria (23%).

Bảng 2 - Các đối thủ cạnh tranh chính, 2021

Quốc gia	Xuất khẩu			Các sản phẩm chính
	Giá trị (Ngàn USD)	Số lượng (Tấn)	Tăng trưởng % (2017-2021)	Các sản phẩm chính (tối đa 5), % giá trị xuất khẩu ra thế giới của quốc gia
1. Indonesia	556.872	1.017.252	2	080112 (32,9%), 080119 (21,9%), 080111 (21%),
2. Ấn Độ	535.460	155.879	-16	080132 (9,8%), 080119 (9,2%), 080131 (2,6%)
3. Hà Lan	420.192	83.750	-1	080132 (6,3%), 080111 (6,2%), 080131 (2,4%)
4. Philippines	400.048	165.750	7	080111 (35,6%), 080119 (6,6%), 080131 (0%)

Nguồn: ITC tính toán dựa trên số liệu thống kê của Comtrade (2021)

4. Xu hướng phát triển thị trường và sản phẩm:

Châu Âu là khu vực nhập khẩu điều nhân lớn nhất thế giới, chiếm khoảng 35-40% tổng kim ngạch nhập khẩu toàn cầu. Nhập khẩu hạt điều của châu Âu tăng trung bình 6% trong giai đoạn 2016 - 2020. Hầu như tất cả các mặt hàng nhập khẩu từ bên ngoài châu Âu đều đến từ các nước đang phát triển. Trong năm 2021, nhập khẩu hạt điều cũng tiếp tục tăng. Trong 6 tháng đầu năm 2021, lượng nhập khẩu cao hơn 4 nghìn tấn so với cùng kỳ năm 2020.

Trong 5 năm tới, thị trường hạt điều châu Âu có khả năng tăng với tốc độ tăng trưởng hàng năm từ 3-5%. Nhu cầu hạt điều ở châu Âu ổn định, nhưng số lượng nhập khẩu đôi khi dao động do sản lượng thay đổi ở các nước cung cấp chính. Những biến động thường xuyên trong nhập khẩu sẽ tiếp tục chịu ảnh hưởng của mùa màng thu hoạch và tình hình giá cả hơn là sự thay đổi của nhu cầu.

Mặc dù nhu cầu tiêu thụ hạt điều của thị trường châu Âu khá ổn định nhưng lại chịu ảnh hưởng của biến động giá cả. Giá hạt điều cao hơn so với phần lớn các loại hạt khác trên thị trường châu Âu. Giá cao có thể ảnh hưởng đến hành vi của người tiêu dùng, vì họ sẽ chuyển sang các loại hạt khác rẻ hơn. Giá cao có thể ảnh hưởng đến nhu cầu về hạt điều của các công ty sử dụng chúng làm nguyên liệu cho các món trộn hạt, món ăn sáng, v.v. Nếu hạt điều đắt, họ sẽ giảm tỷ trọng hạt điều trong hỗn hợp và tăng tỷ trọng hạt rẻ hơn.

Trong suốt năm 2021, bất chấp ảnh hưởng của COVID-19, giá bán lẻ hạt điều ở châu Âu tiếp tục giảm, điều này thúc đẩy tiêu dùng tại chỗ. Mặt khác, do các biện pháp khóa cửa, tiêu dùng trong các phân khúc công nghiệp và dịch vụ ăn uống giảm đáng kể và có sự chuyển dịch từ ăn ở ngoài sang ăn ở nhà. Tuy nhiên, việc đóng cửa, xu hướng thực phẩm tốt cho sức khỏe và giá cả hấp dẫn đã thúc đẩy tổng lượng tiêu thụ hạt điều.

Kể từ năm 2016, nhập khẩu hạt điều của châu Âu đã tăng 6% hàng năm về số lượng và 2,8% về giá trị. Sự khác biệt giữa tốc độ tăng trưởng về số lượng và giá trị cho thấy sự gia tăng của giá nhập khẩu. Năm 2020, nhập khẩu đạt 167 nghìn tấn. Thương mại nội địa châu Âu năm 2020 là 64 nghìn tấn. Tổng kim ngạch thương mại hạt điều của Châu Âu (bao gồm cả nhập khẩu và thương mại nội địa Châu Âu) đạt giá trị 1,32 tỷ Euro.

Thương mại nội địa châu Âu chiếm 28% tổng lượng hàng nhập khẩu. Thương mại nội địa châu Âu bao gồm việc tái xuất khẩu hạt điều thô nhập khẩu đơn giản, nhưng nó

cũng bao gồm chế biến giá trị gia tăng, chẳng hạn như rang, ướp muối và đóng gói bán lẻ. Nhập khẩu của châu Âu từ các nước đang phát triển tăng 44 nghìn tấn trong 5 năm qua, từ 122 nghìn tấn năm 2016 lên 166 nghìn tấn năm 2020.

Hạt điều được nhập khẩu sang châu Âu quanh năm. Quý I có số lượng nhập khẩu thấp nhất, với số lượng tăng dần về cuối năm. Đỉnh điểm thường đạt được từ tháng 9 đến tháng 11, do lượng tiêu thụ tăng trong kỳ nghỉ đông ở châu Âu. Do đó, các nhà cung cấp hạt điều mới nổi sẽ có thể có đủ lượng hàng dự trữ cho các đợt giao hàng lớn hơn trong mùa cao điểm.

Trong năm năm qua, tiêu dùng đã tăng với tốc độ tăng trưởng hàng năm là 5%, với Đức và Vương quốc Anh là những thị trường lớn nhất. Theo Hội đồng Quả khô Quốc tế, Hà Lan có mức tiêu thụ bình quân đầu người cao nhất trên thế giới, với ước tính khoảng 2,68 kg/năm vào năm 2019.

Người tiêu dùng châu Âu ngày càng nhận thức rõ hơn về lợi ích sức khỏe của các loại hạt. Hạt điều được quảng cáo là đặc biệt giàu chất sắt (góp phần tạo ra hệ thống miễn dịch mạnh mẽ) và vitamin K (góp phần giúp máu và xương khỏe mạnh). Một động lực khác thúc đẩy việc tiêu thụ hạt điều gia tăng là hương vị của chúng. Nhiều người tiêu dùng châu Âu nhận thấy hương vị của hạt điều rang muối hấp dẫn hơn so với các loại hạt truyền thống của châu Âu như hạt phỉ hay óc chó.

Đối với sản phẩm dứa

Nhập khẩu dứa của châu Âu tiếp tục tăng qua từng năm, điều này cho thấy có nhu cầu ổn định để duy trì tăng trưởng trong tương lai. Là một nhà xuất khẩu, bạn có thể được hưởng lợi từ nhu cầu đang phát triển ở châu Âu, nhưng bạn có thể tối đa hóa cơ hội của mình bằng cách duy trì sự linh hoạt trong loại sản phẩm dứa bạn cung cấp (tươi, đông lạnh, cắt miếng) và sử dụng thế mạnh của giống dứa của bạn (để có thịt tươi hoặc đối với hàm lượng chất lỏng).

Nhập khẩu dứa tươi của châu Âu đã tăng 32% về lượng trong 5 năm qua, lên tổng cộng 46.600 tấn vào năm 2018. Giá trị thương mại trung bình là 42% trong cùng thời kỳ, nhưng giá dứa dao động tùy theo tình trạng sẵn có hàng năm. Dứa hầu như chỉ đến từ các nước đang phát triển như Bờ Biển Ngà, Thái Lan và Ấn Độ, và Việt Nam cũng là một nhà cung cấp nhanh.

Dừa tươi được đăng ký theo hai mã HS thống kê, thường được sử dụng thay thế cho nhau. Do đó, rất khó để ước tính khối lượng chính xác của dừa tươi so với dừa đông lạnh, dừa trưởng thành so với dừa non và vỏ trong so với dừa nguyên trái. Tuy nhiên, dừa non cao cấp đang trở nên phổ biến hơn, vì vậy bạn có thể mong đợi nhiều hơn trong số này sẽ được nhập khẩu kết hợp với giá trung bình tăng trên toàn phân khúc dừa trong vài năm tới.

4.1. Xu hướng tiêu dùng

Nhu cầu ăn vặt lành mạnh ngày càng tăng kết hợp với nhu cầu tìm nguồn cung ứng ổn định và bền vững là những động lực hàng đầu thúc đẩy sự quan tâm ngày càng tăng của người tiêu dùng đối với hạt điều ở châu Âu. Với sự gia tăng quan tâm đến chế độ ăn thuần chay, việc tiêu thụ các loại hạt mẫn (ăn vặt lành mạnh), các loại hạt (chẳng hạn như bơ hạt điều) và việc sử dụng đồ uống được sản xuất từ các loại hạt ăn được (sữa hạt) đang gia tăng, vì người tiêu dùng phải đáp ứng nhu cầu protein của mình và đối phó với tình trạng không dung nạp lactose trong trường hợp không có protein động vật.

Các loại hạt, kể cả hạt điều, được người tiêu dùng Châu Âu đánh giá cao. Tiêu thụ các loại hạt được dự báo sẽ có mức tăng trưởng cao nhất trong phân khúc đồ ăn nhẹ. Ở các quốc gia tiêu thụ lớn, hạt điều được coi là một sự thay thế lành mạnh hơn cho các món ăn nhẹ mẫn khác, chẳng hạn như khoai tây chiên giòn và đồ ăn nhẹ ép đùn, và có lợi cho sức khỏe hơn là đậu phộng.

Đối với sản phẩm dừa

Dừa ở châu Âu đã chuyển từ một sản phẩm kỳ lạ truyền thống sang một loại trái cây tốt cho sức khỏe. Miễn là nguồn cung có thể được đảm bảo, bạn có thể mong đợi sự phát triển lâu dài cho dừa ở châu Âu.

Dừa từng là một sản vật lạ ở châu Âu, nhưng với việc quảng bá các loại phụ phẩm tốt cho sức khỏe thì dừa không còn là một loại trái cây xa lạ với người tiêu dùng nữa. Ví dụ, thị trường nước dừa có mức tăng trưởng dự kiến là 25% trong giai đoạn 2017-2021. Tuy nhiên, việc tiêu thụ dừa tươi nguyên trái vẫn chưa phát triển, có thể do người dân chưa hiểu rõ về cách mở dừa.

Châu Âu chỉ chiếm 3-4% tổng lượng dừa buôn bán trên toàn thế giới. Châu Âu có thể không phải là quốc gia tiêu thụ dừa truyền thống, nhưng xét về tỷ trọng nhỏ trong khối

lượng trên toàn thế giới, nó mang lại tiềm năng tăng trưởng. Mức tiêu thụ ngày nay tương đối ổn định trong suốt cả năm với lượng nhập khẩu cao hơn một chút trong mùa hè và trước Giáng sinh vào tháng 12. Trong khi nhu cầu cao hơn, nguồn cung dứa non khan hiếm hơn vào mùa hè do sản lượng chậm hơn ở châu Á, điều này có thể khiến giá tăng.

Tăng trưởng tiêu thụ dứa trong tương lai sẽ phụ thuộc vào nguồn cung ổn định. Những lo ngại chính là sự ổn định sản xuất toàn cầu và nhu cầu ngày càng tăng đối với dứa ở Trung Quốc. Sản lượng thế giới đạt khoảng 60 triệu tấn nhưng chưa có dấu hiệu tăng trưởng. Năm 2017, người ta cho rằng châu Á sẽ sản xuất ít dứa hơn 80% trong thập kỷ tới. Tuy nhiên, với việc các đồn điền dứa mới được thiết lập, không có khả năng sản lượng sẽ giảm. Nhưng các nhà nhập khẩu ở châu Âu sẽ phải cạnh tranh nhiều hơn để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao và để có được một sản phẩm chất lượng. Cơ hội sẽ tăng lên đối với các nhà cung cấp mới và các quốc gia xuất xứ có thể phù hợp với chất lượng và kỳ vọng của người mua.

4.2. Xu hướng trong những phân khúc thị trường

Hà Lan là quốc gia nhập khẩu hạt điều quan trọng của Châu Âu, chiếm 25% tổng lượng điều nhập khẩu của Châu Âu. Trong 5 năm qua, nhập khẩu hạt điều của Hà Lan dao động nhưng đạt mức cao nhất là 58 nghìn tấn về số lượng, trị giá 362 triệu euro. Hà Lan đóng một vai trò quan trọng như một trung tâm thương mại ở châu Âu, vì gần 70% tổng lượng hạt điều nhập khẩu được tái xuất sang các nước châu Âu khác. Đức là điểm đến hàng đầu của Hà Lan tái xuất hạt điều, nhập khẩu từ 14–15 nghìn tấn mỗi năm. Một điểm đến lớn khác cho việc tái xuất hạt điều của Hà Lan là Pháp, nước đã nhập khẩu hơn 4 nghìn tấn vào năm 2020.

Tương tự như Đức, thị trường hạt điều của Hà Lan khá tập trung và chủ yếu phụ thuộc vào nhập khẩu từ Việt Nam và Ấn Độ. Năm 2020, 79% hàng hóa nhập khẩu của Hà Lan đến từ Việt Nam, tiếp theo là Ấn Độ (8%). Nhập khẩu từ châu Phi, mặc dù tương đối nhỏ, vẫn tiếp tục tăng trong năm 2020. Năm 2020, ba nhà cung cấp hàng đầu của châu Phi cho Hà Lan là Bờ Biển Ngà (735 tấn), Ghana (587 tấn) và Burkina Faso (522 tấn).

Việc tiêu thụ hạt điều ngày càng tăng ở Hà Lan được thúc đẩy bởi xu hướng ăn vặt lành mạnh và việc sử dụng các loại hạt để thay thế cho protein động vật. Ngoài việc ăn vặt, hạt điều ngày càng được sử dụng nhiều như một thành phần, đặc biệt là trong các món ăn như bơ hạt điều. Bơ hạt điều ở Hà Lan được sản xuất 100% từ hạt điều hoặc trộn với các loại

hạt khác như đậu phộng và hạnh nhân. Người tiêu dùng Hà Lan đã quen với phết hạt vì Hà Lan là nước tiêu thụ bơ đậu phộng lớn nhất châu Âu. Bơ hạt điều cung cấp một sự thay thế tuyệt vời (được coi là tốt cho sức khỏe hơn) để thay thế bơ đậu phộng.

Người tiêu dùng Hà Lan và các nhà kinh doanh hạt điều ngày càng yêu cầu cao hơn về nguồn cung ứng hạt điều bền vững và có đạo đức. Nguồn cung ứng hạt điều bền vững ở Hà Lan được hỗ trợ mạnh mẽ bởi một số sáng kiến như Sustainable Nut Initiative , Woord en Daad hoặc Fair Match Support . Do đó, việc thực hiện các chương trình sản xuất bền vững sẽ có lợi cho các nhà cung cấp ở các nước đang phát triển muốn thâm nhập thị trường hạt điều Hà Lan.

Ví dụ về các nhà nhập khẩu hạt điều của Hà Lan bao gồm Catz International, Nutland, Rhumvel , Amberwood Trading Global Trading and Agency and Delinuts. Hà Lan là một thị trường có yêu cầu cao, vì phần lớn hạt điều được bán cho người tiêu dùng dưới dạng nhãn hiệu riêng (nhãn hiệu của nhà bán lẻ) như của Albert Heijn hoặc Jumbo . Việc tiêu thụ các loại hạt rang tươi, không có nhãn hiệu (chẳng hạn như bán trong túi giấy) cũng rất đáng kể. Một sự thay đổi quan trọng cũng có thể được nhìn thấy trong việc sử dụng muối biển so với muối ăn và rang và chiên trong dầu.

Đối với sản phẩm dứa

Nhập khẩu dứa tươi tại các thị trường châu Âu đang phát triển với tốc độ tăng trưởng khác nhau. Các thị trường tăng trưởng cao như Vương quốc Anh và Ý hấp thụ một khối lượng tương đối lớn, và Pháp cũng đang bắt kịp nhanh chóng trong việc trở thành một thị trường tiềm năng. Một số quốc gia, chẳng hạn như Đức và Tây Ban Nha, cung cấp thị trường tương đối tốt cho dứa non, có thể uống được. Hầu hết các thị trường châu Âu này nhập khẩu cả từ xuất xứ và qua Hà Lan, từ đó dứa được tái xuất.

Phần lớn dứa nhập khẩu được đến châu Âu thông qua Hà Lan. Từ đó cung cấp các thị trường quan trọng khác như Đức, Pháp và Ý. Nhưng nó cũng hoạt động như một trung tâm phân phối cho các thị trường nhỏ hơn khắp Châu Âu. Điều này có nghĩa là bạn có thể tiếp cận các thị trường khác nhau thông qua Hà Lan.

Trái cây kỳ lạ, bao gồm cả dứa, thường là một đặc sản của thương mại Hà Lan. Có một số nhà nhập khẩu Hà Lan chuyên kinh doanh dứa tươi như Joko Impex , Exotimex và Nature's Pride . Các chuyên gia này thu mua phần lớn dứa tươi từ Bờ Biển Ngà

(11.600 tấn năm 2018, chủ yếu là dứa trưởng thành) và một lượng ngày càng tăng từ Thái Lan (4.200 tấn, chủ yếu là dứa non).

Dừa dự kiến sẽ vẫn là một sản phẩm đặc sản trong vài năm tới, điều đó có nghĩa là các công ty Hà Lan sẽ duy trì vị thế vững chắc trong ngành thương mại dừa.

4.3. Xu hướng về phong cách sống

Theo nghiên cứu của công ty nghiên cứu thị trường IRI, phân tích sáu thị trường - Anh, Pháp, Đức, Ý, Tây Ban Nha và Hà Lan - cho thấy người tiêu dùng đang lựa chọn các sản phẩm lành mạnh hơn hoặc nhẹ hơn. Với lối sống bận rộn của họ, người tiêu dùng châu Âu đang thay thế giờ nghỉ trưa truyền thống bằng các món ăn nhẹ lành mạnh, với các loại hạt là một thành phần quan trọng.

Nhiều chuyên gia dinh dưỡng và đầu bếp nổi tiếng như Jamie Oliver ủng hộ lợi ích dinh dưỡng của các loại hạt. Hạt điều được quảng cáo là giàu phosphor, đồng và magiê, không thường được tìm thấy trong các loại thực phẩm khác. Hạt điều, cùng với hạt dẻ cười, có hàm lượng chất béo thấp nhất trong các loại hạt. Gần 80% chất béo trong hạt điều là không bão hòa, giúp duy trì mức cholesterol lành mạnh. Chúng cũng giàu tocopherols và phytosterol.

Hạt điều có hương vị và lớp phủ bổ sung cũng đang trở nên phổ biến. Trong số các hương vị thịnh hành nhất là các hương vị cay và nóng như 'ớt cay' hoặc 'jalapeño'. Các vị mặn lạ miệng như hạt điều rang muối tamari cũng đang được giới thiệu. Các hương vị thú vị khác là 'mật ong rang', 'bơ thực vật' (đặc biệt ở Anh), 'kem chua và hành tây'.

Ngoài các hương vị mới, các nhà sản xuất cũng đang giới thiệu các lớp phủ mới. Ví dụ, một số nhà sản xuất đang giới thiệu hạt điều phủ sô cô la.

Hạt điều cũng đang trở thành một thành phần trong các sản phẩm thực phẩm chức năng và thực phẩm lành mạnh khác nhau, chẳng hạn như ngũ cốc ăn sáng, bơ hạt điều, sữa hạt điều, sữa chua hạt điều, pho mát hạt điều, đồ ăn nhẹ protein hạt điều, thanh trái cây và hạt và các sản phẩm sô cô la với hạt điều. Ngoài các sản phẩm công nghiệp thực phẩm, việc sử dụng hạt điều trong nấu ăn tại nhà như một thành phần trong món salad và bữa ăn cũng đang tăng lên.

Nhiều sản phẩm sáng tạo đang thúc đẩy nhu cầu về hạt điều ngày càng tăng. Hạt điều có giá thấp hơn so với hạt nguyên hạt và có nhiều ứng dụng trong công nghiệp chế

biên thực phẩm. Các nhà cung cấp từ các nước đang phát triển có thể cung cấp hạt điều có chất lượng có lợi thế quan trọng so với các đối thủ cạnh tranh, vì chất lượng hạt điều ít ổn định hơn so với hạt điều nguyên hạt.

Đôi với sản phẩm dứa

Dứa là một sản phẩm rất đa dạng, nhưng cũng khó xử lý do kích thước lớn và trong trường hợp dứa non thì thời hạn sử dụng. Để duy trì giá trị và lợi nhuận của nó, bạn có thể tìm thấy nguồn cảm hứng trong các sáng kiến cải tiến chất lượng và hiệu quả của dứa.

Đôi mới có thể giúp duy trì chất lượng của trái dứa, ví dụ như cải thiện thời hạn sử dụng của trái dứa non. Công ty công nghệ nông nghiệp Embrapa của Brazil đã phát triển một lớp phủ có thể phân hủy sinh học cho những trái dứa xanh, non. Sự đổi mới này có thể kéo dài thời hạn sử dụng lên đến bốn lần, cho phép trái dứa Brazil đi xa hơn trước đây. Công ty Chính hãng Dứa sử dụng một loại màng tương tự nhưng làm từ nhựa cho những trái dứa đã được cắt tía của họ để bảo vệ nó khỏi bị ô nhiễm bên ngoài và duy trì độ tươi ngon.

Một ví dụ khác có thể làm cho dứa hiệu quả hơn và mang lại lợi nhuận là việc sử dụng các sản phẩm phụ của nó. Việc thu hoạch và cắt tía dứa sẽ tạo ra một lượng lớn chất thải hữu cơ. Bằng cách tìm ra giải pháp cho vỏ dứa, thay vì đốt, bạn có thể làm cho việc kinh doanh dứa bền vững hơn và có thể tạo ra một công việc kinh doanh phụ. Công ty khởi nghiệp CocoPallet của Hà Lan đã phát triển một pallet từ vỏ dứa ép .

Là nhà xuất khẩu, bạn có thể đi trước các đối thủ cạnh tranh bằng cách sáng tạo và liên tục đưa ra các giải pháp bền vững mới nhằm cải thiện chất lượng dứa và hình ảnh của doanh nghiệp bạn.

5. CÁC VẤN ĐỀ TIẾP CẬN THỊ TRƯỜNG

Chúng nhận an toàn thực phẩm kết hợp với kiểm tra trong phòng thí nghiệm đáng tin cậy và thường xuyên giúp tạo ra hình ảnh tích cực cho các nhà sản xuất hạt điều muốn xuất khẩu sang châu Âu. Sản xuất bền vững và thực hiện các biện pháp trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp sẽ giúp các nhà cung cấp mới nổi có thêm lợi thế. Các đối thủ cạnh tranh gay gắt nhất hiện nay đối với các nhà cung cấp hạt điều vỏ mới là Việt Nam và Ấn Độ. Các công ty Việt Nam và Ấn Độ có khả năng giữ giá hạt điều tương đối thấp do sản xuất quy mô lớn và phương pháp chế biến cơ giới hóa.

5.1. Các yêu cầu phải tuân thủ để được phép vào thị trường Châu Âu

Hạt điều phải tuân thủ những yêu cầu gì để được phép vào thị trường Châu Âu?

Các yêu cầu bắt buộc là gì?

Tất cả các loại thực phẩm, bao gồm hạt điều, được bán tại Liên minh Châu Âu (EU) phải an toàn. Các sản phẩm nhập khẩu cũng không ngoại lệ. Chất phụ gia phải được phê duyệt. Các giới hạn được đặt ra đối với mức độ ô nhiễm có hại, chẳng hạn như dư lượng thuốc trừ sâu và độc tố nấm mốc. Trên nhãn mác cũng cần ghi rõ rằng các loại hạt có thể gây dị ứng.

Kiểm soát chất gây ô nhiễm trong hạt điều

Quy định của Ủy ban Châu Âu đặt ra mức tối đa đối với các chất gây ô nhiễm nhất định trong các sản phẩm thực phẩm. Quy định này thường xuyên được cập nhật và, ngoài các giới hạn đặt ra cho thực phẩm nói chung, một số giới hạn cụ thể áp dụng cho các chất gây ô nhiễm trong các sản phẩm cụ thể, bao gồm cả hạt điều. Các yêu cầu phổ biến nhất về chất gây ô nhiễm trong hạt điều liên quan đến sự hiện diện của độc tố nấm mốc, dư lượng thuốc trừ sâu, vi sinh vật và kim loại nặng.

Độc tố nấm mốc

Sự hiện diện của độc tố nấm mốc (đặc biệt là aflatoxin) là lý do chính khiến các loại hạt có thể bị cấm trên thị trường châu Âu. Hàm lượng aflatoxin B1 trong hạt điều không được vượt quá 5 µg / kg và tổng hàm lượng aflatoxin (B1, B2, G1 và G2) không được vượt quá 10 µg / kg. Tuy nhiên, tỷ lệ aflatoxin trong hạt điều thấp hơn so với các loại hạt khác, chẳng hạn như lạc. Hầu hết, nhưng không phải tất cả, các nguồn đều đồng ý rằng aflatoxin không phải là một vấn đề trong sản xuất hạt điều. Nguyên nhân chính là do trong vỏ của chúng có chứa chất cardol, có tác dụng ức chế sự phát triển của aflatoxin.

Dư lượng thuốc trừ sâu

Liên minh Châu Âu đã đặt ra mức dư lượng tối đa (MRLs) đối với thuốc trừ sâu có trong và trên các sản phẩm thực phẩm. Các sản phẩm chứa dư lượng thuốc bảo vệ thực vật cao hơn mức cho phép sẽ bị rút khỏi thị trường châu Âu. Tuy nhiên, việc gặp phải tình trạng quá mức dư lượng thuốc bảo vệ thực vật trong quá trình buôn bán hạt điều là khá phổ biến. Điều này là do vỏ, trong đó các chất cặn bã có thể tích tụ, được loại bỏ trước khi các loại hạt được nhập khẩu vào châu Âu.

EU thường xuyên công bố danh sách các loại thuốc trừ sâu được phép sử dụng trong Liên minh châu Âu. Danh sách này được cập nhật thường xuyên. Vào năm 2020 và 2021, Ủy ban Châu Âu đưa ra các giới hạn dư lượng thuốc trừ sâu sau đây và ngày có hiệu lực đối với hạt điều.

Một trong những thay đổi gần đây nhất được áp dụng vào năm 2020 là mức clorat, được đặt thành 0,1 cho tất cả các loại hạt cây bao gồm cả hạt điều. Luật về mức độ clorat có hiệu lực vào tháng 6 năm 2020. Trong sản xuất hạt điều, clorat không phải là thuốc trừ sâu điển hình nhưng chúng có thể tiếp xúc với hạt điều bằng cách sử dụng nước clo và qua chất tẩy rửa có clo. Do đó, các doanh nghiệp xuất khẩu hạt điều phải kiểm soát việc sử dụng nước và chất tẩy rửa trong cơ sở sản xuất của mình.

Kim loại nặng

Vào tháng 8 năm 2021, Ủy ban Châu Âu đặt ra mức cadmium tối đa đối với hạt điều (và tất cả các loại hạt cây khác trừ hạt thông) là 0,20 mg / kg trọng lượng ướt.

Chất gây ô nhiễm vi sinh

Sự hiện diện của vi khuẩn salmonella và E. coli ở mức độ rất thấp trong thực phẩm ăn liền hoặc chế biến sẵn, bao gồm cả hạt điều, là một nguyên nhân quan trọng gây bệnh do thực phẩm. Các nhà chế biến hạt cây nên coi vi khuẩn salmonella và E. coli là những nguy cơ chính đối với sức khỏe cộng đồng trong các kế hoạch phân tích mối nguy và điểm kiểm soát tới hạn (HACCP) của họ.

Yêu cầu chất lượng

Chất lượng của nhân hạt điều được xác định bởi tỷ lệ sản phẩm bị lỗi, theo số lượng hoặc trọng lượng, và kích thước, hình dạng và màu sắc của chúng. Ngành công nghiệp đã xác định một số tiêu chí chất lượng nhưng một số trong số đó, chẳng hạn như mùi vị và hương vị, là chủ quan và không thể dễ dàng xác định dựa trên các đặc tính vật lý.

Các yêu cầu cụ thể về chất lượng hạt điều được thiết lập trong một số tiêu chuẩn. Tiêu chuẩn được áp dụng rộng rãi nhất ở Châu Âu là tiêu chuẩn do Ủy ban Kinh tế Châu Âu của Liên hợp quốc (UNECE) thiết lập. Một số nước sản xuất như Ấn Độ, Brazil, Việt Nam, Tanzania, Kenya và Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á phát triển các tiêu chuẩn tương tự nhưng hơi khác một chút. Các tiêu chí quan trọng nhất được sử dụng để xác định chất lượng của hạt điều như sau:

- Phân loại - Liên minh Châu Âu không có tiêu chuẩn chính thức về phân loại hạt điều. Tuy nhiên, phân loại UNECE được sử dụng rộng rãi trên thị trường. Trong cách phân loại này, hạt điều được chia thành ba loại chính: Extra Class, Class I và Class II, tùy theo độ khuyết tật cho phép và màu sắc của vỏ nhân.
- Phân loại - Liên minh Châu Âu chưa chính thức xác định các loại phân loại cho hạt điều. Phân loại phân loại được sử dụng thường xuyên nhất, cũng từ UNECE, tương ứng với các tiêu chuẩn hạt điều của Hoa Kỳ. Theo tiêu chuẩn của Hoa Kỳ, nhân nguyên hạt được phân loại dựa trên số lượng hạt điều trong một pound (0,454 kg) hoặc trong một kg - ví dụ: 210 hạt trên một pound tương đương với 465 hạt trên một kg. Hạt vỡ được phân loại theo đường kính của miếng.
- Kiểu dáng và màu da - Trên thực tế, chất lượng và giá cả thường được xác định dựa trên các đặc tính của hạt điều, từ đó kết hợp kiểu dáng (nguyên hạt, tách hoặc miếng) với cấp và hình dáng của da. Da có thể trắng, hoặc bị cháy xém hoặc sẫm màu ở một mức độ nào đó trong quá trình chế biến.

Chứng nhận an toàn thực phẩm

Mặc dù chứng nhận an toàn thực phẩm không bắt buộc theo luật pháp Châu Âu, nhưng nó đã trở thành điều kiện bắt buộc đối với hầu hết các nhà nhập khẩu thực phẩm Châu Âu. Hầu hết các nhà nhập khẩu Châu Âu đã thành lập sẽ không làm việc với bạn nếu bạn không thể cung cấp một số loại chứng nhận an toàn thực phẩm.

Phần lớn người mua châu Âu sẽ yêu cầu chứng nhận được công nhận bởi Sáng kiến An toàn Thực phẩm Toàn cầu (GFSI). Đối với hạt điều, các chương trình chứng nhận phổ biến nhất, tất cả đều được GFSI công nhận, là:

- Tiêu chuẩn nổi bật quốc tế (IFS)
- Tiêu chuẩn Toàn cầu của Hiệp hội Bán lẻ Anh (BRCGS)
- Chứng nhận Hệ thống An toàn Thực phẩm (FSSC 22000)

Xin lưu ý rằng danh sách này không đầy đủ và các hệ thống chứng nhận thực phẩm liên tục được phát triển. Phần lớn các chương trình chứng nhận an toàn thực phẩm dựa trên các tiêu chuẩn ISO hiện có như ISO 22000 .

Mặc dù các hệ thống chứng nhận an toàn thực phẩm khác nhau dựa trên các nguyên tắc tương tự, một số người mua có thể thích một hệ thống quản lý cụ thể. Ví dụ, người

mua ở Anh thường yêu cầu BRC, trong khi IFS phổ biến hơn đối với các nhà bán lẻ Đức. Cũng cần lưu ý rằng chứng nhận an toàn thực phẩm chỉ là cơ sở để bắt đầu xuất khẩu sang châu Âu. Những người mua nghiêm túc thường sẽ đến thăm / kiểm tra cơ sở sản xuất của bạn trong vòng không quá vài năm.

Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp

Các công ty có những yêu cầu khác nhau về trách nhiệm xã hội. Một số công ty sẽ yêu cầu tuân thủ quy tắc ứng xử của họ hoặc các tiêu chuẩn chung như Trao đổi dữ liệu đạo đức nhà cung cấp (SEDEX), Sáng kiến giao dịch có đạo đức (ETI) hoặc quy tắc ứng xử của Sáng kiến tuân thủ xã hội kinh doanh amfori (BSCI).

Yêu cầu đóng gói

Không có quy định chung về kích thước bao bì cho hạt điều xuất khẩu, nhưng loại bao bì xuất khẩu phổ biến nhất là bao polybag từ 10 kg đến 25 kg. Để kéo dài thời hạn sử dụng, túi thường được hút chân không bằng cách hút không khí và bơm khí cacbonic và nitơ. Hạt điều cũng được đóng gói trong hộp thiếc kín hơi.

Được phép sử dụng giấy hoặc tem mang thông số kỹ thuật thương mại, miễn là việc in hoặc dán nhãn được thực hiện bằng mực hoặc keo không độc hại. Bao bì thường được tạo thành hình khối để sử dụng hiệu quả không gian của pallet và container. Kích thước có thể khác nhau nhưng tất cả đều tương thích với kích thước pallet và container tiêu chuẩn.

Yêu cầu ghi nhãn

Tên của sản phẩm phải xuất hiện trên nhãn và “nhân hạt điều” hoặc “hạt điều”. Các tên thương mại khác liên quan đến hình thức có thể được sử dụng ngoài “hạt điều nhân”. Thông thường việc ghi nhãn bao bì xuất khẩu cũng bao gồm cả niên vụ. Thông tin về bao bì số lượng lớn phải được ghi rõ trên bao bì hoặc trong các tài liệu kèm theo. Ghi nhãn gói hàng loạt phải bao gồm các thông tin sau:

- Tên của sản phẩm
- Số nhận dạng lô
- Tên và địa chỉ của nhà sản xuất, nhà đóng gói, nhà phân phối hoặc nhà nhập khẩu - Hướng dẫn bảo quản - hướng dẫn bảo quản và vận chuyển là rất quan trọng do hàm lượng dầu cao và nhạy cảm với mức độ ẩm cao, có thể ảnh hưởng tiêu cực đến chất lượng nếu không được xử lý đúng cách.

Số nhận dạng lô hàng, tên và địa chỉ của nhà sản xuất, nhà đóng gói, nhà phân phối hoặc nhà nhập khẩu có thể được thay thế bằng dấu hiệu nhận biết.

Trong trường hợp đóng gói bán lẻ, việc ghi nhãn sản phẩm phải tuân theo Quy định của Liên minh Châu Âu về việc cung cấp thông tin thực phẩm cho người tiêu dùng. Quy định này quy định các yêu cầu về ghi nhãn dinh dưỡng, ghi nhãn xuất xứ, ghi nhãn chất gây dị ứng và tính dễ đọc rõ ràng (cỡ chữ tối thiểu cho thông tin bắt buộc). Xin lưu ý rằng quy định này liệt kê hạt điều là một sản phẩm có thể gây dị ứng hoặc không dung nạp và do đó thông tin về chất gây dị ứng phải được hiển thị rõ ràng trên bao bì bán lẻ.

Các yêu cầu đối với thị trường ngách là gì?

Hạt điều hữu cơ

Để tiếp thị hạt điều hữu cơ ở châu Âu, chúng phải được trồng bằng các phương pháp sản xuất hữu cơ theo luật pháp châu Âu về mặt này. Các cơ sở trồng trọt và chế biến phải được đánh giá bởi một cơ quan chứng nhận được công nhận trước khi bạn được phép sử dụng biểu tượng hữu cơ của Liên minh Châu Âu trên các sản phẩm của mình, cũng như biểu tượng của cơ sở hữu tiêu chuẩn (ví dụ: Hiệp hội Đất ở Vương quốc Anh hoặc Naturland ở Đức).

Lưu ý rằng chỉ có thể nhập khẩu các sản phẩm hữu cơ sang Châu Âu nếu bạn sở hữu chứng chỉ kiểm tra điện tử (e - COI). Mỗi lô sản phẩm hữu cơ nhập khẩu vào EU phải kèm theo giấy chứng nhận kiểm tra điện tử, như được định nghĩa trong Phụ lục V của Quy định xác định việc nhập khẩu sản phẩm hữu cơ từ các nước thứ ba. Giấy chứng nhận kiểm tra điện tử này phải được tạo thông qua Hệ thống Kiểm soát Thương mại và Chuyên gia (TRACES).

Chứng nhận bền vững

Hai chương trình chứng nhận bền vững được sử dụng phổ biến nhất là Fairtrade và Rainforest Alliance. Fair Trade International đã phát triển một tiêu chuẩn cụ thể cho các loại hạt dành cho các tổ chức sản xuất quy mô nhỏ. Tiêu chuẩn này quy định các biện pháp bảo vệ cho người lao động trong các cơ sở chế biến hạt điều. Ngoài ra, tiêu chuẩn xác định các điều khoản thanh toán và Giá tối thiểu FairTrade đối với hạt điều thô thông thường và hữu cơ từ Châu Phi.

Để cải thiện sản xuất bền vững và nguồn cung ứng hạt điều, một nhóm các công ty và tổ chức chủ yếu ở Châu Âu đã thành lập Sáng kiến Hạt điều bền vững vào năm 2015. Mục tiêu chính của sáng kiến này là cải thiện hoàn cảnh ở các nước sản xuất hạt điều và hướng tới nguồn cung bền vững đây chuyên.

Chứng nhận dân tộc

Luật ăn kiêng của người Hồi giáo (Halal) và luật ăn kiêng của người Do Thái (Kosher) áp đặt giới hạn chế độ ăn uống cụ thể. Nếu bạn muốn tập trung vào các thị trường ngách của người Do Thái hoặc dân tộc Hồi giáo, bạn nên cân nhắc triển khai các chương trình chứng nhận Halal hoặc Kosher .

Các yêu cầu để đưa tươi vào thị trường Châu Âu là gì?

Dừa tươi phải tuân thủ các yêu cầu chung đối với rau quả tươi. Bạn có thể tìm thấy những yêu cầu này trong các yêu cầu chung của người mua đối với trái cây và rau tươi trên nền tảng thông tin thị trường CBI. Bạn cũng có thể sử dụng Bộ phận trợ giúp, cung cấp tổng quan về các yêu cầu xuất khẩu đối với dừa tươi (mã 08011200 và 08011900) cho mỗi quốc gia.

Các yêu cầu bắt buộc là gì?

Dư lượng thuốc trừ sâu và chất gây ô nhiễm

Dư lượng thuốc trừ sâu là một trong những vấn đề quan trọng đối với các nhà cung cấp rau quả. Để tránh các rủi ro về sức khỏe và môi trường, Liên minh Châu Âu đã đặt ra mức dư lượng tối đa (MRL) đối với thuốc trừ sâu và các chất gây ô nhiễm khác, chẳng hạn như kim loại nặng, trong và trên các sản phẩm thực phẩm. Các sản phẩm vượt quá MRLs bị rút khỏi thị trường.

May mắn thay, dừa được bảo vệ tương đối tốt bởi lớp vỏ của chính nó nên ít bị sâu bệnh hơn. Tuy nhiên, việc phun quá nhiều lá và tiêm thân nhằm mục đích bảo vệ cây có thể dẫn đến hóa chất kết thúc trong nước dừa.

Dừa non thường được tẩy trắng hoặc xử lý bằng chất chống oxy hóa. Lưu ý rằng việc sử dụng nhiều hóa chất này, chẳng hạn như natri metabisulphite, không được phép ở EU.

Lưu ý rằng người mua ở một số Quốc gia Thành viên Liên minh Châu Âu, chẳng hạn như Vương quốc Anh, Đức, Hà Lan và Áo, sử dụng mức dư lượng tối đa thậm chí còn thấp hơn mức tồn dư tối đa theo quy định của pháp luật Châu Âu.

- Kiểm tra cơ sở dữ liệu Thuộc trừ sâu của Liên minh Châu Âu để tìm tất cả các MRL và các MRL dành riêng cho dứa. Tìm kiếm theo sản phẩm hoặc thuốc trừ sâu và cơ sở dữ liệu để tìm danh sách các MRL có liên quan.
- Sử dụng quản lý dịch hại tổng hợp (IPM) trong sản xuất để giảm việc sử dụng thuốc bảo vệ thực vật. IPM là một chiến lược kiểm soát dịch hại nông nghiệp bao gồm các hoạt động trồng trọt và quản lý hóa chất.
- Đọc thêm về MRL trên trang web của Ủy ban Châu Âu . Kiểm tra với người mua của bạn nếu họ yêu cầu các yêu cầu bổ sung về MRLs và sử dụng thuốc trừ sâu.
- Đảm bảo rằng độ nhiễm chì trong dứa của bạn vẫn dưới 0,10 mg / kg và cadmium dưới 0,050 mg / kg, theo mức tối đa đối với một số chất gây ô nhiễm nhất định trong thực phẩm.

Tiêu chuẩn chất lượng

Không có tiêu chuẩn tiếp thị chính thức cho dứa tươi. Nhưng chúng vẫn phải tuân thủ các tiêu chuẩn cơ bản giống như bất kỳ loại trái cây tươi nào khác, có nghĩa là chúng phải:

- Nguyên vẹn và âm thanh;
- Sạch, thực tế không có bất kỳ vật chất lạ nào có thể nhìn thấy được;
- Thực tế không bị sâu bệnh;
- Thực tế không bị thiệt hại do dịch hại gây ra;
- không có độ ẩm bất thường bên ngoài;
- Không có mùi và vị lạ;
- Có khả năng chịu vận chuyển và xếp dỡ.

Cho phép sai số 10% trong mỗi lô về số lượng hoặc trọng lượng sản phẩm không đáp ứng các yêu cầu chất lượng tối thiểu. Trong phạm vi dung sai này, không quá 2% tổng số có thể bao gồm các sản phẩm bị ảnh hưởng bởi sự thối rữa.

Dừa trưởng thành có vỏ bên trong thường được mong đợi là:

- Màu nâu, đồng đều và không có quá nhiều sợi;
- Không bị nứt, sâu bệnh hoặc nấm;
- Không bị trũng hoặc ẩm mốc mắt.

Đối với dứa non (sáu đến chín tháng tuổi), tốt nhất bạn có thể thực hiện theo hướng dẫn của Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN), tổ chức đã xây dựng tiêu chuẩn cho dứa non.

Cách bảo quản

Dứa cần dễ bị nứt vỡ, giảm trọng lượng, hạn sử dụng. Điều quan trọng là bạn phải bảo quản dứa tươi và ngăn dứa không bị nứt bằng cách:

- Chăm sóc xử lý sau thu hoạch;
- Tránh thay đổi nhiệt độ nhanh từ 8 độ C trở lên;
- Tốt nhất là bảo quản và vận chuyển dứa đã gọt vỏ ở nhiệt độ mát từ 0 đến 16°C. Dứa trưởng thành thường được vận chuyển ở 8°C đến 12°C. Dứa non thường được giữ ở nhiệt độ 3°C đến 6°C. Nhiệt độ cao hơn sẽ làm giảm thời hạn sử dụng đáng kể.
- Duy trì độ ẩm khoảng 80% đối với dứa trưởng thành và 90% đối với dứa non để ngăn ngừa tình trạng giảm trọng lượng và thoát hơi nước.
- Đảm bảo áp dụng đủ thông gió để ngăn ngừa nấm mốc.

Dứa non có vỏ bên trong mềm hơn và cần chú ý hơn ở khâu đóng gói và làm lạnh để đảm bảo thời hạn sử dụng. Dứa trưởng thành cũng có sự khác biệt về độ bền của vỏ. Ví dụ, Port-Bouet 121 có vỏ mỏng hơn so với loại cao ở Tây Phi, điều này khiến chúng có nguy cơ nứt vỡ cao hơn.

Các khuyết tật chính được quan sát thấy ở dứa là:

- Hạt bị vỡ vì xử lý bao tải không tốt;
- Các loại hạt bị ướt bởi nước ép của các loại trái cây khác, tăng cường sự phát triển của nấm mốc;
- Mầm mắt.

Kích thước và bao bì

Dứa trưởng thành thường được đóng gói trong bao đay hoặc bao tải, và chủ yếu có 40 hoặc 50 đơn vị cho mỗi bao 25 kg. Dứa trưởng thành khác đôi khi được đóng gói trong hộp các tông mở hoặc đóng từ 8 đến 20 đơn vị.

Đối với dứa non, bạn để nguyên trái, gọt tia hoặc đánh bóng. Dứa cắt tia là loại dứa phổ biến nhất ở châu Âu. Theo Tiêu chuẩn ASEAN đối với dứa non, kích thước được xác định bằng trọng lượng của trái.

Người mua thường có những yêu cầu bổ sung nào?

Đa dạng

Đối với dứa trưởng thành, loại dứa có thịt quả cao được ưu tiên lựa chọn, nhưng giá cả cũng đóng một vai trò quan trọng. Là một nhà sản xuất hoặc xuất khẩu, bạn có thể thu được lợi nhuận tốt nhất từ các giống năng suất cao và kháng bệnh, thường là các giống lai.

Đối với dứa non, chất lượng nước dứa là đặc điểm quan trọng nhất. Dứa tươi, non được dùng để tiêu thụ trực tiếp và tự nhiên mà không cần chế biến và chúng là một loại trái cây sang trọng. Vì vậy, các giống dứa thơm như dứa Thái Nam Hom rất được ưa chuộng.

Chứng nhận

Các chứng nhận chung cho quả việt quất bao gồm GlobalG.AP về thực hành nông nghiệp tốt và BRCGS, IFS hoặc hệ thống quản lý an toàn thực phẩm dựa trên HACCP tương tự cho các cơ sở đóng gói và chế biến. Các hệ thống quản lý được công nhận bởi Sáng kiến An toàn Thực phẩm Toàn cầu (GFSI) được khuyến khích sử dụng nhiều nhất.

Sản xuất dứa ở hầu hết các quốc gia thường liên quan đến nông dân nhỏ. Đối với các nhà sản xuất dứa nhỏ, ví dụ như ở Việt Nam, chi phí chứng nhận cao và khó đạt được GlobalG.AP. Nhưng để đưa sản phẩm của bạn vào các chuỗi bán lẻ lớn thì điều đó gần như là một điều cần thiết.

Tính bền vững và trách nhiệm xã hội

Chuỗi cung ứng ngày càng minh bạch hơn và người tiêu dùng được thông tin tốt hơn về các vấn đề môi trường và xã hội. Họ mong muốn bạn có một cách tiếp cận bền vững trong sản xuất và chế biến. Các chiến dịch như chiến dịch FairFood dứa nhấn mạnh tầm quan trọng của trách nhiệm xã hội trong sản xuất dứa.

Người mua thực hiện điều này bằng cách yêu cầu sự minh bạch và chứng nhận từ công ty của bạn. Các chương trình chứng nhận về môi trường và xã hội bao gồm các hành động giảm thiểu và đăng ký mạnh mẽ việc sử dụng thuốc trừ sâu, thực hiện các biện pháp đảm bảo an toàn cho người lao động hoặc thậm chí bao gồm cả việc đảm bảo giá cả cho người sản xuất.

Đối với những người thu mua và xuất khẩu trái cây, điều quan trọng là phải chứng tỏ họ đang tham gia vào sự an toàn của các nguồn sản xuất của họ, cả về mặt xã hội và môi trường. Cách tốt nhất để làm điều này là thông qua việc áp dụng các tiêu chuẩn xã hội và môi trường, chẳng hạn như:

- Kiểm toán Thương mại Đạo đức Thành viên Sedex (SMETA)
- Amfori BSCI
- GlobalG.AP và GlobalG.AP Grasp
- Sáng kiến Thương mại Đạo đức (ETI)

Hữu cơ có thể là một yêu cầu trong dứa tươi

Dứa rất phù hợp với sự chú ý ngày càng tăng của người tiêu dùng đối với sức khỏe và thực phẩm tự nhiên. Đó là lý do tại sao có sự tập trung tương đối mạnh mẽ từ người mua vào canh tác hữu cơ. Dứa hữu cơ tươi được các siêu thị và những người mua chuyên về hữu cơ có nhu cầu nhiều nhất. Các sản phẩm đã qua chế biến, chẳng hạn như nước dứa đóng chai và dầu dứa nguyên chất, cũng phổ biến như các sản phẩm hữu cơ. Ở các kênh dân tộc, chứng nhận hữu cơ ít được yêu cầu hơn. Nhu cầu về các sản phẩm hữu cơ tăng mạnh nhất ở Đức, vùng Alpine và Scandinavia.

Đối với các nhà cung cấp không thuộc Châu Âu, điều quan trọng là phải thể hiện sự tuân thủ luật pháp Châu Âu đối với các sản phẩm hữu cơ. Bạn phải sử dụng các phương pháp sản xuất hữu cơ và bền vững và xin giấy chứng nhận hữu cơ từ cơ quan chứng nhận được công nhận.

Các yêu cầu đối với thị trường ngách là gì?

Nhãn tiêu dùng cho dứa thương mại bền vững và công bằng

Những lợi ích về sức khỏe đã đưa dứa trở thành tâm điểm chú ý đối với những người tiêu dùng có ý thức và các phương tiện truyền thông thực phẩm. Nhưng sự chú ý này có thể dễ dàng hướng đến những mặt tiêu cực tiềm ẩn trong thực hành canh tác, chẳng hạn như lo ngại về điều kiện lao động kém. Vì dứa là sản phẩm tiêu biểu của nông hộ nhỏ và thâm dụng lao động, một số người mua muốn đảm bảo với người tiêu dùng cuối cùng rằng sản phẩm dứa của họ có trách nhiệm với xã hội và môi trường.

Các nhãn tiêu dùng như Fairtrade và Rainforest Alliance là phổ biến nhất cho các sản phẩm dứa. Bạn sẽ thấy chúng thường xuất hiện trên các sản phẩm đã qua chế biến, nhưng chúng cũng liên quan đến việc buôn bán dứa tươi như một yêu cầu thích hợp, cung cấp giá trị bổ sung cho sản phẩm.

Ví dụ, siêu thị Tesco của Anh bán dứa Rainforest Alliance từ Bờ Biển Ngà dưới nhãn hiệu riêng. Các công ty nhập khẩu, chẳng hạn như AgroFair, thương mại hóa dứa Fairtrade từ Bờ Biển Ngà.

Bạn có thể đưa dứa tươi vào thị trường Châu Âu thông qua những kênh nào?

Dứa tươi được bán trên thị trường thông qua các siêu thị và các nhà bán buôn dân tộc hoặc chuyên doanh. Dứa của bạn sẽ đến đâu phụ thuộc vào loại dứa (trưởng thành hay non) và khối lượng bạn có thể cung cấp.

Thị trường cuối cùng được phân khúc như thế nào?

Thị trường dứa tươi chủ yếu được chia thành dứa non và dứa chín. Các thị trường này rất khác biệt và không nhất thiết phải so sánh. Dứa trưởng thành vẫn là phân khúc chủ đạo, nhưng phần lớn sự tăng trưởng dự kiến sẽ ở dứa non có thể uống được.

Dứa non dễ hỏng nhất và được tiêu thụ chủ yếu vì dứa có nước. Nó đòi hỏi sự chăm sóc nhiều hơn, và do đó chúng có thể được tìm thấy ở phân khúc cao hơn. Nước dứa cũng liên quan đến các đặc tính sức khỏe, có thể được củng cố bằng chứng nhận hữu cơ. Vận chuyển hàng không có thể được sử dụng để đảm bảo độ tươi của dứa không qua xử lý hữu cơ, nhưng chi phí bổ sung về chứng nhận và hậu cần đã đưa những trái dứa non này vào một phân khúc độc quyền. Các siêu thị cung cấp nhiều loại trái cây lạ có thể cũng sẽ cung cấp dứa non, có thể uống được, đặc biệt là trong suốt mùa hè. Nhưng những trái dứa này cũng được đánh giá cao trong các câu lạc bộ bãi biển thời thượng. Xem phần về yêu cầu của người mua ở trên để biết các tiêu chuẩn tiếp thị của dứa non.

Dứa trưởng thành chủ yếu được sử dụng để lấy thịt của nó, không phải nước của nó. Đối với những sản phẩm này, giá cả là tâm điểm. Người tiêu dùng có thể thưởng thức một loại trái cây kỳ lạ tương đối lớn với một mức giá hợp lý. Dứa được bán cho người tiêu dùng thông qua các nhà bán lẻ nhưng cũng được sử dụng cho mục đích ẩm thực trong phân khúc dịch vụ ăn uống, đặc biệt là cho các công thức nấu ăn lạ hoặc dân tộc.

Các siêu thị đang mở rộng chủng loại dừa tươi cắt nhỏ, tăng thêm giá trị và chi phí chế biến được bù đắp bằng dịch vụ hậu cần hiệu quả hơn.

Rất khó để đánh giá chất lượng của một trái dừa. Đối với thị trường cuối cùng, ngoại hình và kích thước là những đặc điểm quan trọng nhất đối với trái dừa. Khi sản phẩm có hình thức kém hơn, nó trở nên không phù hợp để bán để tiêu thụ tươi và tốt nhất có thể được sử dụng để chế biến tại nước xuất xứ.

Dừa tiếp cận thị trường cuối cùng qua những kênh nào?

Các nhà nhập khẩu và cung cấp dịch vụ chuyên biệt

Các nhà nhập khẩu đóng vai trò trung tâm trong việc phân phối dừa tươi. Các nhà nhập khẩu này thường chuyên về trái cây và rau quả ngoại lai hoặc dân tộc và duy trì một mạng lưới khách hàng rộng khắp trong lĩnh vực bán buôn bán lẻ và dịch vụ thực phẩm. Vì dừa là một sản phẩm rất đặc thù nên các nhà nhập khẩu cũng thường có hoạt động bán buôn.

Sự ra đời của nước dừa đã mang lại những doanh nghiệp mới chuyên bán dừa non có thể uống được, chẳng hạn như Dừa chính hãng ở Tây Ban Nha. Các công ty khác, trong đó có British Coconutty, kết hợp việc bán dừa xanh hoặc dừa non với các sản phẩm dừa khác, chẳng hạn như dầu, kem và bột.

Một số nhà nhập khẩu, chẳng hạn như Nature's Pride, đóng vai trò là nhà cung cấp dịch vụ, phát triển các khái niệm cho siêu thị và tổ chức chuỗi cung ứng. Họ có thể gắn nhãn hiệu cho trái dừa, cung cấp những trái dừa non để mở hoặc thêm nhãn mác cho người tiêu dùng kèm theo hướng dẫn về cách mở dừa. Đối với dừa non dễ hư hỏng, điều đặc biệt quan trọng là phải duy trì một chuỗi cung ứng ngắn và hiệu quả.

Siêu thị

Các siêu thị chịu trách nhiệm về một phần lớn dừa tươi trên thị trường, mặc dù nó vẫn là một loại trái cây rất đặc trưng. Đối với nhiều siêu thị, dừa là mặt hàng thời vụ, được khuyến mại chủ yếu vào mùa hè. Các sản phẩm chế biến như kem dừa đóng hộp, cơm dừa nạo sấy và nước dừa đóng chai là tiêu chuẩn trong mọi cửa hàng tạp hóa chính ở Châu Âu. Nhưng khi dừa trở thành một phân khúc lớn, bạn có thể mong đợi các siêu thị cung cấp dừa tươi quanh năm.

Các siêu thị thường sử dụng các nhà cung cấp dịch vụ ưa thích của họ để tìm nguồn cung cấp dừa hoặc thuê một thương hiệu có ý tưởng ban đầu để tăng thêm giá trị cho

sản phẩm. Ví dụ, một siêu thị nổi tiếng với các loại thực phẩm tươi sống phong phú và chất lượng cao là Grand Frais ở Pháp.

Bạn cũng sẽ thấy ngày càng nhiều dứa dưới nhãn hiệu riêng vì các siêu thị ngày càng tham gia nhiều hơn vào việc tìm nguồn cung ứng để đảm bảo nguồn đáng tin cậy và bền vững. Ví dụ về các loại dứa nhãn hiệu tư nhân này bao gồm dứa Rainforest Alliance của Tesco, dứa Lựa chọn của người trồng ASDA và dứa hữu cơ của Albert Heijn.

Người bán buôn (thị trường giao ngay)

Các nhà bán buôn trái cây truyền thống bao phủ thị trường giao ngay, di chuyển theo biến động thương mại. Họ cung cấp cho các cửa hàng chuyên dụng và dân tộc, thương nhân đường phố và nhà hàng. Trong trường hợp dứa, việc nhập khẩu và bán buôn đôi khi được thực hiện bởi cùng một công ty.

Các nhà bán buôn tiền mặt và hàng xách tay lớn, không chuyên dụng, chẳng hạn như Tập đoàn thực phẩm Sligro ở Hà Lan và Bỉ, cũng phục vụ các chuyên gia thực phẩm và ngành dịch vụ thực phẩm. Nhập khẩu các sản phẩm ngoại lai không phải là một phần của công việc kinh doanh của họ, vì vậy họ phụ thuộc vào chuyên môn của đối tác, trong trường hợp này là chuyên gia rau quả Smeding, trong đó Sligro là một cổ đông lớn.