

CÀ PHÊ CHỨA RANG (HS 090111) – THỊ TRƯỜNG ĐỨC YÊU CẦU TIẾP CẬN THỊ TRƯỜNG

A. BẠN CẦN BIẾT GÌ ?

Tất cả các nhà sản xuất cho thị trường Đức phải tuân thủ các yêu cầu sản phẩm được quy định của pháp luật EU và Đức. Pháp luật EU thiết lập trên cơ sở áp dụng cho tất cả các quốc gia thành viên. Khi bắt đầu tiếp cận thị trường, các nhà xuất khẩu nên bắt đầu tìm hiểu từ bộ luật chung của toàn EU, sau đó mới tìm hiểu chi tiết các luật của Đức để có thể tìm ra các yếu tố quy định bổ sung, các yêu cầu bổ sung đối với sản phẩm của cà phê nhập khẩu vào Đức.

Tất cả mọi nhà nhập khẩu Đức đều đưa ra một số yêu cầu mà sản phẩm và công ty của bạn phải đáp ứng trước khi được chấp nhận vào thị trường Đức. Đối với mặt hàng cà phê – HS: 0901111, nếu là nhà sản xuất tại các nước đang phát triển chuẩn bị thâm nhập vào thị trường Đức thì cần phải đáp ứng được các yêu cầu từ phía đối tác và cả từ phía chính phủ Đức.

Do đó, những yêu cầu của Đức bao gồm:

- Phù hợp với luật pháp liên quan của EU: Phù hợp với luật pháp của EU là điều kiện bắt buộc, nếu không sản phẩm của bạn sẽ bị tầy chay khỏi thị trường hoặc không tiếp cận được thị trường.
- Điều kiện làm việc phù hợp cho người lao động (trách nhiệm xã hội)
- Quản lý môi trường (trách nhiệm môi trường), sức khỏe người tiêu dùng, những điều kiện liên quan đến an toàn và xã hội.
- Nhãn hiệu và mã sản phẩm, hệ thống quản lý của doanh nghiệp.

Những yêu cầu thêm như quản lý môi trường, nhãn hiệu sản phẩm và điều kiện làm việc có thể khác nhau tùy thuộc vào đối tượng mua hàng. Tuy nhiên, bạn sẽ phải xem xét những điểm giống nhau trong các yêu cầu của họ. Cũng cần lưu ý những yêu cầu tối thiểu khi tiếp cận vào thị trường EU, như trách nhiệm xã hội. Hãy luôn nhớ rằng các công ty EU thường sẵn sàng giúp đỡ các nhà cung cấp đáp ứng được những yêu cầu không thuộc luật pháp. Tuy nhiên, việc hiểu kỹ trước sẽ giúp doanh nghiệp tăng cơ hội thành công khi tìm nhà nhập khẩu tại EU.

Người mua hàng ở Đức có yêu cầu nghiêm ngặt đối với cà phê, tương tự như những trên toàn EU. Bạn chỉ có thể xuất khẩu sản phẩm sang các nước EU nếu bạn tuân thủ các yêu cầu này.

B. Các yêu cầu tiếp cận thị trường.

1. Yêu cầu về luật pháp cho cà phê.

Bạn phải tuân thủ các yêu cầu pháp lý của Liên minh Châu Âu đối với cà phê, chủ yếu là đáp ứng được các quy định về an toàn thực phẩm. Truy xuất nguồn gốc và vệ sinh thực phẩm là những vấn đề quan trọng nhất. Mặc dù Đức áp dụng các yêu cầu pháp lý tương tự như các nước Liên minh châu Âu, như việc thực hiện các biện pháp kiểm soát nhập khẩu đối với các yếu tố như thuốc trừ sâu và khuôn mẫu rất nghiêm ngặt trong nước.

Khi nói đến các sản phẩm thực phẩm như cà phê, các doanh nghiệp xuất khẩu phải quan tâm đến luật an toàn thực phẩm của EU. Luật Thực phẩm Chung (European Commission Regulation 178/2002) là khuôn khổ pháp lý cho các yêu cầu để tiếp cận thị trường Đức và EU nói chung. Các sản phẩm thực phẩm phải được theo dõi trong suốt chuỗi cung ứng để đảm bảo an toàn thực phẩm, cho phép có những hành động thích ứng đối với các trường hợp thực phẩm bị nhiễm độc, không an toàn và để hạn chế rủi ro ô nhiễm. Các sản phẩm không được coi là an toàn sẽ bị từ chối tiếp cận Liên minh châu Âu.

Khi đề cập đến thực phẩm, EU nói chung và Đức nó riêng tập trung rất nhiều vào vấn đề an toàn người tiêu dùng. Điều này thể hiện qua các yêu cầu quy phạm pháp luật về vệ sinh và truy xuất nguồn gốc, nhấn mạnh tầm quan trọng của việc đảm bảo các biện pháp vệ sinh trong toàn bộ chuỗi cung ứng từ khâu sản xuất đến người mua hàng cuối cùng, để đảm bảo rằng thực phẩm bán trên thị trường trong thị trường là an toàn tuyệt đối. Những yêu cầu pháp lý được áp dụng cho tất cả các thực phẩm trên thị trường trong Đức.

Ngoài ra, pháp luật còn thiết lập mức tối đa để quản lý vấn đề sử dụng thuốc trừ sâu (MRLs: Mức dư lượng tối đa) và các chất gây ô nhiễm khác có thể có mặt trong thực phẩm. MRLs của EU pháp luật bao gồm nhóm "Chè, cà phê, truyền thảo dược và ca cao". Ochratoxin chất gây ô nhiễm là có liên quan cho cà phê và ca cao.

Cần lưu ý rằng EU có quy định chặt chẽ cho dòng sản phẩm hữu cơ. Ngoài ra pháp luật có quy định cụ thể về đóng gói, bao gồm cả bao bì trực tiếp tiếp xúc với các sản phẩm thực phẩm.

Pháp luật của EU chủ yếu là ở cấp độ toàn EU, nhưng có thể có quốc gia áp dụng cụ thể về các yêu cầu pháp lý. Mặc dù đã có sự hài hòa tối ưu giữa 27 quốc gia thành viên EU, nhưng không phải lúc nào cũng đạt được như là kết quả và lợi ích giữa các quốc gia.

• Tiêu chuẩn chất lượng cà phê

Cà phê nhân có thể được phân loại bằng hai phương pháp:

- + Phân loại theo tiêu chuẩn của The Specialty Coffee Association of America (SCAA): đây là phương pháp phổ biến.
- + Phân loại theo The Brazilian/New York green coffee: thương áp dụng cho cà phê có xuất xứ Brazil

Việc phân loại dựa trên các tiêu chí sau:

- + Độ cao và thổ những vùng trồng cà phê;
- + Giống;
- + Sơ chế (quá trình sơ chế ướt hoặc khô, rửa sạch hoặc để tự nhiên);
- + Kích cỡ hạt, hình dạng và màu sắc hạt;
- + Số lượng hạt bị lỗi;
- + Cách rang và chất lượng tách (hương vị, đặc tính, độ sạch sẽ);

Cà phê chất lượng cao (cà phê đặc sản) được



phân loại theo điểm số cupping. Hương thơm, hương vị, dư vị, cân bằng, độ chua, độ ngọt, độ đồng đều và độ sạch sẽ là những khía cạnh quan trọng của quá trình phân loại.

- **Tiêu chuẩn về phương pháp rang**

Cà phê có thể được rang theo nhiều cách. Nhiệt độ và thời gian rang sẽ ảnh hưởng đến vẻ bên ngoài hạt cà phê và có ảnh hưởng trực tiếp đến hương vị của cà phê.

cảm giác kinh nghiệm của máy rang.

- **Tiêu chuẩn về dán nhãn**

Nhãn cà phê xuất khẩu sang Đức phải được viết bằng tiếng Anh. Nhãn phải bao gồm các nội dung sau để đảm bảo truy xuất nguồn gốc của các lô riêng lẻ:

- + Tên sản phẩm;
- + Mã nhà sản xuất hoặc mã lô sản xuất;
- + Nước xuất xứ;
- + Cấp;
- + Trọng lượng tịnh (kg);
- + Với cà phê hữu cơ hoặc Tradefair, cần cung cấp thêm thông tin tên/mã của cơ quan kiểm tra và số chứng nhận.



- **Yêu cầu đóng gói**



Các hạt cà phê xanh rất nhạy cảm với sự hấp thụ nước. Do đó phải đóng gói trong các túi dệt làm từ sợi tự nhiên (đay hoặc gai). Những túi này cho phép 1 không khí lưu thông tự do.

Hầu hết cà phê nhân tiêu chuẩn được nhập khẩu vào Đức được đóng gói trong túi đay cỡ lớn xếp trong container với khoảng 20 tấn. Ngoài ra phân lớn cà phê nhân được đóng bao trong bao đay truyền thống 60kg/bao, có khối lượng ròng khoảng 17-19 tấn cà phê trong một container.

2. Yêu cầu không thuộc luật pháp

Các yêu cầu không thuộc luật pháp là các yêu cầu bổ sung được các công ty đưa ra buộc các đối tác phải thực hiện. Việc tuân thủ các yêu cầu về luật pháp là bắt buộc trước khi tiến hành

tiếp thị sản phẩm vào Đức, trong khi đó nhóm "yêu cầu bổ sung" hay "các yêu cầu không thuộc pháp lý" có một chút khó khăn hơn để phân loại.

Nguyên tắc cơ bản của các yêu cầu không thuộc luật pháp là tùy thuộc vào sự phát triển của thị trường cũng như các vấn đề phát sinh trên thị trường mà đang được người tiêu dùng chú ý. Theo thời gian, các yêu cầu không thuộc luật pháp có thể sẽ trở thành các yêu cầu chính thức thuộc luật pháp. Đôi khi phạm vi của các yêu cầu này nằm ngoài phạm vi của pháp luật EU. EU chỉ có thể can thiệp vào các vấn đề liên quan trực tiếp đến các sản phẩm bán trên thị trường EU, Đức có quyền tự quyết đối với các yêu cầu không thuộc luật pháp của chính họ.

Yêu cầu không thuộc luật pháp có thể chia làm 2 loại

- **Yêu cầu xã hội.**

Các yêu cầu xã hội thường dựa trên các tiêu chuẩn cơ bản của Tổ chức lao động quốc tế (ILO), trên nguyên tắc dựa vào các vấn đề lao động quan trọng nhất. Chủ yếu là các quy định về an toàn vệ sinh lao động, không sử dụng lao động trẻ em hoặc cưỡng bức lao động. Các tiêu chuẩn cơ bản của ILO được sử dụng rộng rãi và làm cơ sở cho sự phát triển của hệ thống quản lý quốc tế như BSCI và SA8000, cũng như các sáng kiến chuyên ngành như ICI ...

Các công ty có các tiêu chí yêu cầu xã hội cao là những nhà kinh doanh theo nguyên tắc thương mại công bằng. Nhiều công ty tìm kiếm được sự hợp tác thỏa thuận khi thương thảo các vấn đề xã hội trong chuỗi cung ứng. Trong một số trường hợp, các công ty sẵn sàng đưa cho các Công ty cấp giấy chứng nhận xác nhận việc đáp ứng các yêu cầu, hoặc làm việc cùng nhau trong một số vấn đề với các nhóm lợi ích đặc biệt như các tổ chức phi chính phủ. Mặc dù yêu cầu nhà cung cấp không phải lúc nào cũng là lựa chọn bắt buộc, nhưng việc thực hiện và nhận thức có thể đóng một vai trò quan trọng khi thực hiện một quyết định lựa chọn giữa các đối tác khác nhau.

Thị trường cà phê trong EU đang ngày càng được công nhận là phát triển bền vững. Các loại chứng nhận nổi tiếng nhất là UTZ Kapeh, Nguyên tắc chung cho cộng đồng cà phê (4C) và FairTrade. Có sự khác biệt giữa người mua và các quốc gia, ví dụ UTZ Kapeh nắm giữ một thị phần lớn ở Đức. Các nhà chế biến cà phê lớn như Nestlé, Kraft và Sara Lee và các nhà bán lẻ như COOP làm việc với nhãn 4C. Một chương trình chứng nhận của Rainforest Alliance, cũng làm việc với các công ty đa quốc gia như KLM Royal Dutch Airlines.

- **Yêu cầu môi trường.**

Pháp luật EU hạn chế các vấn đề như thuốc trừ sâu và chất gây ô nhiễm trong sản phẩm thực phẩm bán trên thị trường EU. Tuy nhiên, các quy trình sản xuất được thực hiện bên ngoài biên giới EU thì không thể kiểm soát (trừ khi có một liên kết trực tiếp đến sản phẩm cuối cùng). Theo quan điểm này, nhiều công ty áp dụng cả pháp luật EU cho các nhà sản xuất ở các quốc gia đó (quốc gia sản xuất cà phê) hoặc vận dụng các điều luật của pháp luật quốc tế có liên quan đến yêu cầu về môi trường để áp dụng cho các cơ sở sản xuất.

Nhiều công ty cũng đặt ra mục tiêu giảm thiểu việc sử dụng nguyên liệu, nước và giảm thiểu xả chất thải ra môi trường. Một cách để cải thiện điều kiện môi trường là áp dụng hệ thống quản lý môi trường. Phổ biến nhất là ISO 14001. Việc được chứng nhận đạt chứng

chỉ ISO về môi trường không phải là một yêu cầu bắt buộc đối với các nhà cung cấp, nhưng cũng là một điều kiện tốt để các nhà nhập khẩu tại Đức lựa chọn đối tác.

Để đáp ứng các yêu cầu, một số nhà cung cấp tìm kiếm giải pháp thay thế thân thiện với môi trường để thay thế sản phẩm thông thường. Một trong các cách là phát triển sản phẩm hữu cơ, và để trở thành một nhà cung cấp cho các công ty này sản phẩm của bạn phải được chứng nhận. Nhiều công ty lớn làm việc cùng với các tổ chức phi chính phủ hoặc các nhóm lợi ích khác để sản xuất (một phần) sản phẩm của họ một cách thân thiện với môi trường hơn. Để xâm nhập vào EU, sản phẩm hữu cơ thân thiện môi trường sản xuất không phải là một yêu cầu quan trọng, mà đúng hơn đó là một cơ hội khi tìm kiếm khách hàng.

• Yêu cầu bổ sung

Khách mua hàng tại Đức có thể yêu cầu cung cấp Chứng nhận hệ thống quản lý chất lượng. Bên cạnh đó, Chứng nhận HACCP là một yêu cầu chất lượng cần phải cung cấp cho bên mua hàng. Ngoài ra sẽ có thể một số khách hàng yêu cầu có thêm có các chứng chỉ như Tiêu chuẩn Quốc tế Thực phẩm (IFS) hoặc Chứng nhận của Hiệp hội Bán lẻ Anh (BRC).

Trong thời đại hiện nay, các công ty rất coi trọng tính trách nhiệm đối với cộng đồng và sự phát triển bền vững nên nếu công ty của bạn áp dụng các quy tắc ứng xử hoặc các chính sách bền vững có liên quan đến tác động môi trường và xã hội có thể mang lại cho bạn lợi thế cạnh tranh tại thị trường Đức. Có thể tham khảo các yêu cầu về trách nhiệm của Tchibo hoặc Jacobs, là hai công ty lớn trên thị trường cà phê của Đức.

Đức là một trong những thị trường lớn nhất chấp nhận các nhãn của UTZ và Rainforest Alliance. Những chứng nhận này xác nhận tính bền vững chiến lược của thương nhân, nhà rang xay và các nhà bán lẻ cà phê. Các nhà nhập khẩu như Neumann và List&Beisler đã chế biến được nhiều loại cà phê từ các nguồn gốc và chứng nhận khác nhau. Tchibo cũng hợp tác và công nhận tất cả các chứng nhận chính cho cà phê. Các nhà bán lẻ quy mô lớn như Lidl và Edeka cung cấp cà phê được chứng nhận với cả hai tiêu chuẩn bền vững chính UTZ và Rainforest Alliance (ngoài các chứng chỉ nhỏ như Organic và Fairtrade).

Theo Hiệp hội Cà phê Đức ước tính hiện có khoảng 10% các loại cà phê đạt giấy chứng nhận hoặc con dấu (bao gồm cả Organic) về các tiêu chuẩn phát triển bền vững (năm 2014, 2015 có 8%).

4. Một số nhà nhập khẩu cà phê của Đức

- CARE Naturkost: http://www.care-natur.de/pages_eng/about.html
- Rapunzel: <http://www.rapunzel.de/uk/>
- Melitta: <https://international.melitta.de/>
- Gepa: <http://www.gepa.de/home.html>
- Neumann Kaffee Gruppe: <http://www.nkg.net>
- Mondelēz International: <http://eu.mondelezinternational.com/>
- Bernhard Benecke Coffee: <http://www.benecke-coffee.de>
- Coffein Compagnie: <http://www.coffein-compagnie.de>

- EFICO: <http://www.efico.com>
- EUROCA: <http://www.euroca.de>
- Hamburg Coffee Company Hacofco: <http://www.hacofco.de>
- Hanseatische Kaffeerösterei Schlüter & Maack: <http://www.schluter-maack.de>
- InterAmerican Coffee: <http://www.iacoffee.de>
- Kaffee-Import-Compagnie: <http://www.kic-hh.de>
- List & Beisler : <http://www.list-beisler.de>
- F. L. Michaelis: <http://www.flmichaelis.de>
- Rehm & Co: <http://www.rehmcoffee.de>
- Bernhard Rothfos: <http://www.rothfos.de>
- Spezialitäten-Compagnie: <http://www.spezialitaeten-compagnie.de>

5. Các đầu mối giải đáp thắc mắc cho các doanh nghiệp và tham khảo thông tin

- CBI: <http://www.cbi.eu>
- EU Helpdesk: <http://exporthelp.europa.eu/hdinforequest/index.cfm?languageId=EN>
- Hiệp hội cà phê Đức: <http://www.kaffeverband.de>
- ITPC: <http://www.itpc.hochiminhcity.gov.vn>

6. Khuyến nghị

- Các yêu cầu về tiếp cận thị trường có rất nhiều. Hãy cố gắng tìm ra những yêu cầu bắt buộc và những đề nghị của phía nhà nhập khẩu.
- Là một nhà cung cấp cho thị trường Đức, bạn có thể sử dụng các nhà sản xuất, cung cấp của riêng bạn. Nhưng hãy chắc chắn rằng họ cũng đáp ứng các yêu cầu (hợp pháp), ví dụ về sử dụng thuốc trừ sâu, để đảm bảo sản phẩm của bạn phù hợp cho thị trường EU
- Đáp ứng một cách tốt nhất (nếu có thể) các yêu cầu về xã hội và môi trường.
- Hãy cố gắng tìm những thông tin về cách thức tiến hành.
- Cố gắng tìm những thông tin mà nhà nhập khẩu yêu cầu.
- Kiểm tra website của các công ty hàng đầu