

EMBAIXADA DO BRASIL EM TÓQUIO
SETOR DE PROMOÇÃO COMERCIAL**BOLETIM DE MERCADO**
O MERCADO DE ALIMENTOS ORGÂNICOS NO JAPÃO**1. QUADRO GERAL**

O Japão é um dos principais mercados para produtos orgânicos, ao lado dos EUA e da Europa. Desde 2005, quando o Governo japonês regulamentou o setor e criou diretrizes específicas para os alimentos orgânicos, o consumo destes produtos tem aumentado de forma constante. Estima-se que esse mercado tenha movimentado entre 130 e 140 bilhões de ienes (1,7 a 1,8 bilhão de dólares) em 2010. Incluindo-se outros produtos agrícolas produzidos com algum tipo de consideração especial quanto à sanidade alimentar e ao meio-ambiente, ainda que não caracterizados especificamente como "orgânicos", esse mercado seria de cerca de 600 bilhões de ienes (7,8 bilhões de dólares).

Em vista do reduzido território, o Japão importa grande parte de seus alimentos, não sendo diferente em relação aos produtos orgânicos. Os principais gêneros alimentícios orgânicos importados por este país em 2009 foram verduras, legumes, frutas, soja, cereais, castanhas, açúcar e arroz, em forma natural ou processada. Entre esses produtos, as maiores taxas de crescimento nos últimos cinco anos foram observadas nas frutas ("in natura", sucos e processados), verduras e legumes (frescas, congeladas ou em conservas), trigo e açúcar. Apesar da inexistência de estatísticas precisas, nota-se que os principais exportadores de produtos orgânicos para o Japão são os EUA, Canadá, Austrália, Nova Zelândia, China e países do Sudeste Asiático.

A comercialização dos produtos agrícolas ocorre principalmente por meio dos supermercados tradicionais. Existem, igualmente, lojas especializadas em produtos naturais e comercialização por meio eletrônico, através de sítios especializados.

As exportações brasileiras de produtos orgânicos compreendem café, açúcar, produtos da apicultura (mel e própolis), cosméticos, sucos, carnes, bebidas alcoólicas e tecidos (de algodão orgânico). A participação em feiras especializadas, com destaque para o "Biofach Japan", evento com presença brasileira desde 2004, tem sido o meio mais eficiente em aumentar as exportações de produtos orgânicos.

As perspectivas futuras para os produtos orgânicos no Japão são positivas, na medida em que se eleva a conscientização da população em relação à segurança alimentar. O acidente nuclear ocorrido em março de 2011, seguido de contaminação de produtos agropecuários por elementos radioativos, serviu de impulso adicional para o crescimento da busca por alimentos seguros.

2. HISTÓRICO

Seguindo uma tendência mundial, produtos orgânicos ganharam apelo no Japão a partir de 1971. Até então não havia regulamentos nem definições específicas sobre o tema, o que contribuía para a comercialização de produtos com rotulagens imprecisas e muitas vezes confusas. Em 1992, o

Governo japonês estabeleceu diretrizes específicas para o setor. Paralelamente, o Codex Alimentarius (FAO) iniciou, em 1991, estudos sobre a rotulagem dos produtos orgânicos e, em 1999, adotou diretrizes próprias. Com base nas diretrizes do "Codex" e na Lei "JAS", revista em 1999, foram finalmente elaborados, no Japão, regulamentos específicos para o setor e a adoção do selo "JAS Orgânico", em vigor desde 2005.

O crescimento do consumo de produtos orgânicos no Japão está diretamente relacionado aos seguidos casos de contaminação alimentar registrados no país e no exterior nos últimos 30 anos. Destacam-se, sobretudo, os casos de: (a) Encefalopatia Espongiforme Bovina (BSE) em países europeus (1993), Japão (2001) e EUA (2003); (b) Gripe Aviária – surto iniciado em Hong Kong (1997), espalhando-se por toda a Ásia, inclusive o Japão (2005); e (c) Pastéis "gyoza" importados da China com alto nível de agrotóxicos, caso este cuja repercussão foi ampla na mídia local japonesa (2008).

Em março de 2011 o Japão foi atingido por um forte tremor seguido de tsunami, danificando a estrutura da Usina Nuclear de Fukushima, resultando no maior acidente nuclear do país. Elementos radioativos lançados da usina contaminaram amplas áreas da tradicional região agrícola de Tohoku (nordeste), intensificando ainda mais as preocupações com segurança alimentar.

Independente da crise nuclear, o Japão já vinha se destacando como um dos maiores mercados mundiais para produtos orgânicos. Em vista do reduzido tamanho de seu território, o país importa significativa parcela dos produtos agropecuários que consome, não sendo diferente para os produtos orgânicos. Localmente registra-se pequena produção de arroz, chá verde, sake, vinagre e alguns derivados da soja típicos da culinária japonesa. Já os produtos orgânicos importados oferecem uma variedade maior de opções, incluindo cereais, café, chá (preto), chá de ervas, vinho, cerveja, óleo de cozinha, geléias, manteiga, mel, legumes congelados, frutas secas, frutas frescas (banana, kiwi, laranja, etc), queijo, açúcar, pães, sucos, temperos, derivados de soja (tofu), entre outros.

3. MERCADO JAPONÊS PARA PRODUTOS ORGÂNICOS

A entidade sem fins lucrativos "Organic Market Research Project" (OMR), estabelecida com o propósito de incentivar o consumo de orgânicos no país, conduziu uma pesquisa a atual situação desse mercado no Japão e concluiu que seu tamanho seria entre 130 e 140 bilhões de ienes em 2010 (1,7 a 1,8 bilhão de dólares). Incluindo-se outros produtos agrícolas produzidos com considerações especiais quanto a segurança e o meio-ambiente, esse mercado teria movimentado cerca de 600 bilhões de ienes (7,8 bilhões de dólares).

A pesquisa conduzida pelo OMR incluiu coleta de informações junto aos consumidores, produtores e processadores de alimentos orgânicos. Conforme esses dados, 65% das pessoas já teriam consumido algum tipo de alimento orgânico e 21% estariam adquirindo produtos orgânicos de forma regular, ao menos uma vez por semana. No entanto, a fatia da população que afirma consumir exclusivamente produtos orgânicos restringe-se a 0,9%. A pesquisa revelou ainda que 60% dos consumidores compraram o produto orgânico nos supermercados, superando as vendas diretas realizadas através dos sítios de internet.

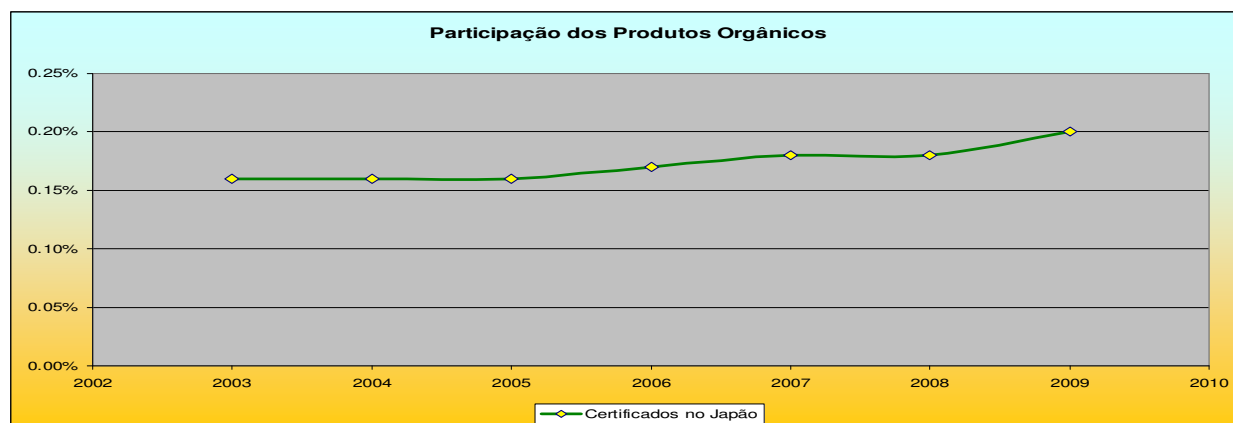
Com relação aos produtores, constatou-se que a produção de alimentos orgânicos era mais comum entre os agricultores não-tradicionais, dos quais 25% produziam algum tipo de produto agrícola orgânico. Já entre aquelas tradicionais famílias de agricultores, atuantes no setor há

várias gerações, a produção de alimentos orgânicos foi observada somente entre 4% daquele grupo.

Do total de famílias de agricultores existentes no Japão, somente 1% está devidamente homologado como produtor de alimentos orgânicos.

Do total da produção agrícola japonesa, somente 0,2% foi certificado como produto orgânico, no ano de 2009.

Gráfico 1



No que tange aos motivos que impedem avanço maior dos produtos orgânicos entre os consumidores japoneses, o relatório do OMR indica principalmente a falta de conhecimento por parte dos consumidores e dos varejistas. Não obstante, a pesquisa indicou potencial de crescimento do setor uma vez que os produtores agrícolas orgânicos estariam obtendo receitas em níveis satisfatórios e a nova geração de agricultores teria maior propensão para dedicar-se à produção de orgânicos.

4. PRODUÇÃO NACIONAL E IMPORTAÇÃO

Em vista da ausência de código específico do Sistema Harmonizado (SH) para os alimentos orgânicos, não há estatísticas oficiais, compilados pelo Ministério das Finanças, sobre volumes e valores de importação destes produtos no Japão.

O Ministério da Agricultura, Floresta e Pesca (MAFF), entretanto, realiza levantamentos de dados com base nas informações fornecidas pelas empresas no processo de certificação dos produtos orgânicos, oferecendo assim uma visão geral do mercado.

Os dados divulgados pelo MAFF estão divididos em (a) "Produto Certificado em Território Nacional" e (b) "Produto Certificado no Exterior", categorias estas que não correspondem exatamente a "produção nacional" e "importação".

Sem outra fonte precisa de informação, e considerando que o volume de produtos agropecuários exportados pelo Japão é insignificante, pode-se entender que os produtos certificados no Japão tiveram como destino final o próprio mercado local.

No que se refere ao "Produto Certificado no Exterior", trata-se de produtos certificados no exterior e comunicados às autoridades do MAFF. O fato da certificadora no exterior ter comunicado o procedimento ao Japão sinaliza que o produto teve como destino final o mercado

japonês, portanto, seriam dados próximos do volume de importações japonesas de produtos orgânicos.

Vale ressaltar, contudo, que a maior parte dos produtos agrícolas certificados no exterior não foi importada *in natura*, mas sim utilizada como insumo para alimentos processados, apresentados em lista à parte pelo MAFF. Nesse sentido, os dados apresentados na tabela de "produtos agrícolas orgânicos certificados no exterior" e "alimentos orgânicos processados e certificados no exterior" estão parcialmente em duplicidade. Ademais, entre os produtos agrícolas certificados no exterior, uma parte pode ter sido comercializada em outro país, e não no Japão, embora o MAFF entenda que não teria sido em quantidades significativas.

Gráfico 2A

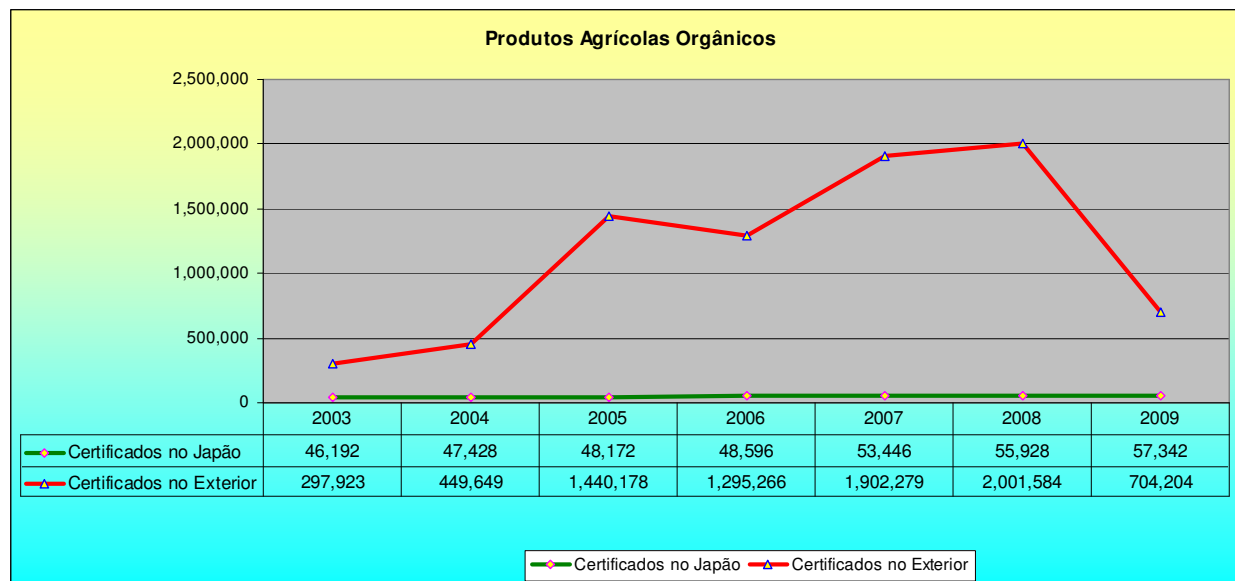
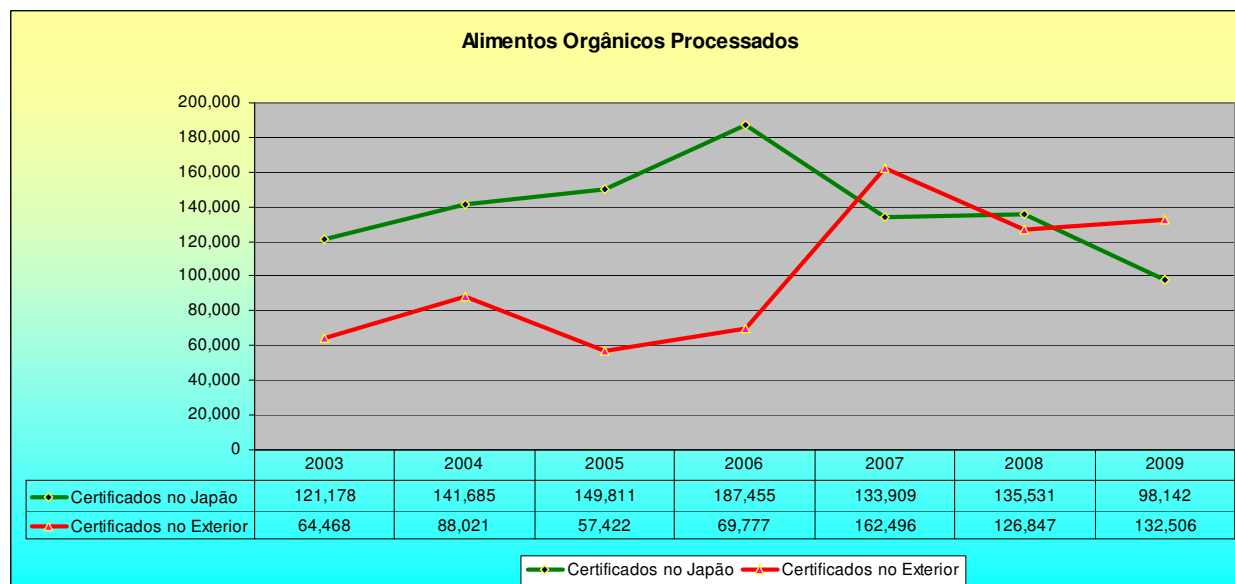


Gráfico 2B



Nota-se pelos dados constantes no Gráfico 2A que houve uma redução significativa de produtos orgânicos certificados no exterior no ano de 2009. Esse evento pode ser explicada em razão da queda na certificação de cana-de-açúcar, produto agrícola que responde por significativa parcela dos produtos agrícolas orgânicos destinados ao mercado japonês.

Em 2008, houve uma elevação abrupta no preço do petróleo, o que contribuiu para a queda na produção de açúcar, em benefício da produção de etanol combustível, com a consequente redução da oferta mundial deste produto, inclusive na sua forma orgânica. Ocorreu também redução significativa na safra de cana-de-açúcar da Índia, segundo maior produtor mundial. O desabastecimento mundial do mercado foi refletido na queda acentuada da importação de açúcar orgânico no Japão, conforme os gráficos 3A e 3B. O declínio no volume de açúcar processado foi menos intensa pela possível existência de estoques de matéria-prima.

Gráfico 3A

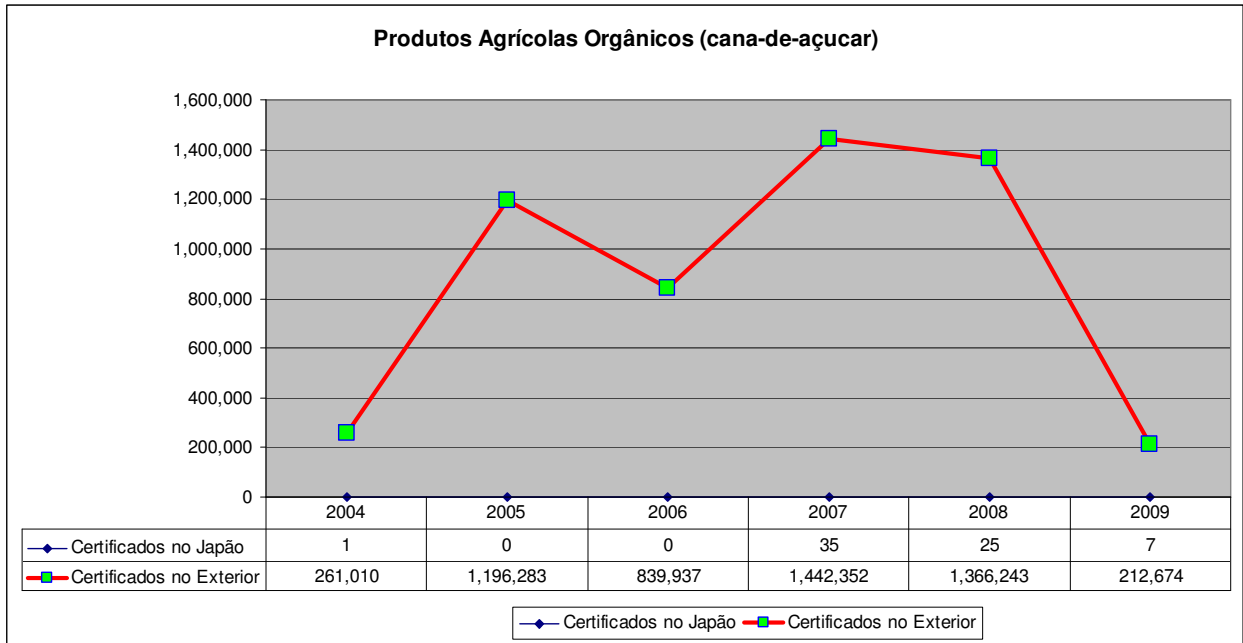
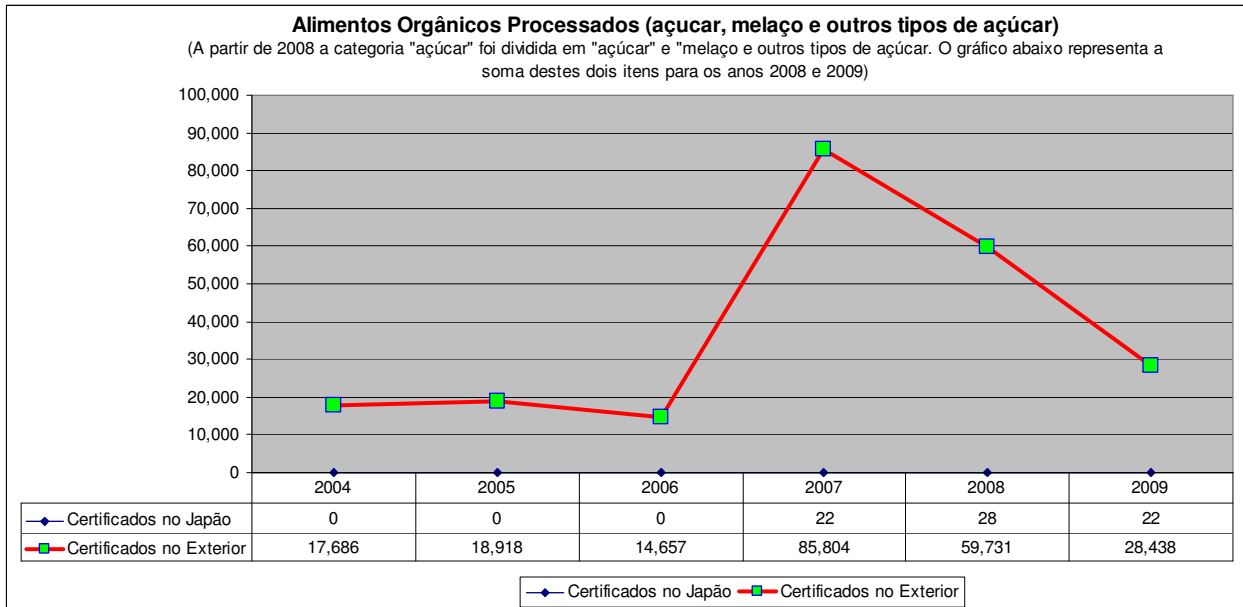


Gráfico 3B



Não obstante a redução no volume de açúcar orgânico, outros produtos processados certificados no exterior obtiveram resultados excelentes, atingindo o nível máximo da série histórica.

A Tabela 1A e 1B indicam os volumes dos principais produtos orgânicos *in natura* e processados certificados no Japão e no exterior. Vários itens da coluna referente ao ano de 2003 estão em branco uma vez que esses dados foram coletados não individualmente por produto, mas juntos na categoria "outros". Com o passar dos anos, o MAFF passou a coletar dados mais detalhados, apresentados em 2008 e 2009.

Tabela 1A

PRODUTOS AGRÍCOLAS ORGÂNICOS	2003		2008		2009	
	Certificado no Japão	Certificado no Exterior	Certificado no Japão	Certificado no Exterior	Certificado no Japão	Certificado no Exterior
Verduras/legumes	28,444	26,994	35,928	173,819	37,644	167,230
Frutas	2,163	18,736	2,050	93,863	2,436	24,593
Arroz	10,433	2,604	11,278	13,896	11,565	32,398
Trigo	858	1,732	883	83,230	782	7,059
Soja	786	54,109	1,318	93,878	939	90,371
Outros tipos de feijões			186	25,424	141	40,008
Cereais			62	25,241	168	15,670
Chá verde	1,487	964	1,754	255	1,873	5
Chá preto			6	587	10	227
Café em grãos			0	7,676	0	4,636
Castanhas			0	8,263	0	13,600
Cana-de-açúcar			25	1,366,243	7	212,674
Tubérculo de inhame ("konnyaku")			1,104	869	932	385
Frutos da palma			0	64,833	0	60,198
Outros produtos agrícolas	2,019	192,784	1,333	43,509	845	35,151
TOTAL	46,192	297,923	55,928	2,001,584	57,342	704,204

Tabela 1B

ALIMENTOS ORGÂNICOS PROCESSADOS	2003		2008		2009	
	Certificado no Japão	Certificado no Exterior	Certificado no Japão	Certificado no Exterior	Certificado no Japão	Certificado no Exterior
Verduras/legumes congeladas	43	5,107	197	8,298	240	13,876
Verduras/legumes em conserva (vidros/latas)	11	903	12	3,433	89	7,306
Verduas/legumes cozidas			636	12,366	1,365	18,929
Verduras/legumes processadas (outros)	3,327	8,413	1,497	3,725	1,629	17,815
Suco de frutas	8,121	2,400	1,833	8,141	1,622	2,940
Frutas processadas (outros)	9,563		811	4,445	654	4,585
Sucos de verduras/legumes			1,391	241	1,565	868
Chá (na forma pronta/líquida)			3,815	13	2,605	6
Café (na forma pronta/líquida)			1,307	0	1,257	0
Leite de soja			22,623	18	25,267	38
"Tofu" ("queijo" de soja)	52,822	0	66,233	0	31,520	0
"Natto" (soja fermentada em grãos)	9,563	0	4,965	0	3,860	0
"Miso" (soja fermentada em pasta)	3,283	593	3,123	685	2,354	570
"Shoyu" (molho de soja)	5,403	83	6,104	1,211	6,043	297
Produtos com base no amendoim			118	875	165	1,353
Outros produtos processados de			3,471	4,135	3,261	375

soja/feijão						
Macarrão	131	565	113	3,651	90	6,171
Chá verde (industrializada)	1,032	154	1,657	269	1,686	55
Café em grãos			5,182	1,564	3,132	1,148
Castanhas processadas			1,056	3,151	1,680	4,893
Tubérculo de inhame ("konnyaku")			3,221	734	2,637	578
Açúcar			24	21,036	20	24,996
Melaço/Outros tipos de açúcar			4	38,695	2	3,442
Leite			741	0	669	2,572
Outros tipos de alimentos processados	37,443	46,250	5,397	10,160	4,729	19,696
TOTAL	121,178	64,468	135,531	126,847	98,142	132,506

Como pode se observar, apesar da queda no item "Melaço/Outros tipos de açúcar", vários outros produtos apresentaram crescimento no período entre 2003 e 2009, principalmente verduras/legumes.

PRODUTOS PECUÁRIOS E RAÇÃO ANIMAL

A partir de 2008, o MAFF passou a coletar e divulgar dados relativos ao setor pecuário, incluindo ração animal. Muitos itens ainda estão em branco, contudo os dados revelam haver potencial para o crescimento do setor.

Tabela 2A

RAÇÃO ANIMAL ORGÂNICA	2008		2009	
	Certificado no Japão	Certificado no Exterior	Certificado no Japão	Certificado no Exterior
Pasto	0.0	1,158.0	0.0	623.2
Palha de arroz	0.0	0.0	0.0	0.0
Outras gramíneas	52.0	0.0	85.0	0.0
Milho	0.0	0.0	0.0	0.0
Soja	19.0	0.0	7.4	72.1
Outros grãos	0.0	0.0	0.0	0.0
Farelos	0.0	832.0	0.3	3,308.2
Resíduos de oleagionosas	400.0	0.0	405.1	0.0
Outras rações concentradas	321.0	198.0	296.1	4,548.7
TOTAL	792.0	2,188.0	794.0	8,552.3

Tabela 2B

PECUÁRIA ORGÂNICA	2008		2009	
	Certificado no Japão	Certificado no Exterior	Certificado no Japão	Certificado no Exterior
Bovinos	0.0	0.0	2.0	0.0
Equinos	0.0	0.0	0.0	0.0
Ovinos	0.0	0.0	0.0	0.0
Caprinos	0.0	0.0	0.0	0.0
Suínos	0.0	0.0	0.0	0.0
Frangos	0.0	0.0	150.0	0.0
Codornas	0.0	0.0	0.0	0.0
Marrecos	0.0	0.0	0.0	0.0
Patos	0.0	0.0	0.0	0.0

Ovos	73.0	0.0	477.8	0.0
Leite (não processado)	2,715.0	1,876.0	2,581.4	2,571.8
TOTAL	2,788.0	1,876.0	3,211.1	2,571.8

5. COMO CERTIFICAR O PRODUTO ORGÂNICO

Conforme informações divulgadas pela Divisão de Padronização e Rotulagem, do Bureau de Segurança Alimentar do MAFF, há três regras básicas para que um produto possa receber certificação orgânica:

- 1) Não utilização de agroquímicos e fertilizantes proibidos na área onde a semeadura e o cultivo serão feitos, por um período superior a 2 anos;
- 2) Não utilização de agroquímicos e fertilizantes proibidos durante o período do cultivo; e
- 3) Não utilização de tecnologia de recombinação de ADN (transgênicos).

Com relação aos produtos pecuários, as regras básicas são:

- 1) Alimentação dos animais com produtos orgânicos;
- 2) Gestão do processo de criação levando em consideração aspectos como a diminuição do estresse dos animais através de exercícios físicos frequentes e acesso a pastos ou ambientes abertos;
- 3) Não utilização de antibióticos com vistas a prevenir doenças;
- 4) Não utilização de tecnologia de recombinação de ADN.

Com vistas a facilitar a compreensão das leis relativas à certificação dos orgânicos, tanto interno como internacional, o MAFF preparou, em julho de 2010, documento intitulado "Question and Answers on the Japanese Agricultural Standards for Organic Plants and Organic Processed Foods", disponibilizando a sua versão em inglês no sítio do ministério (<http://www.maff.go.jp/e/jas/specific/pdf/ojasqa.pdf>). No formato de "perguntas e respostas".

Para o produtor brasileiro interessado em certificar seu produto orgânico, com vistas a exportar a sua produção ao Japão, bastará contatar uma das certificadoras reconhecidas pelo Governo japonês. No momento não há certificadora brasileira registrada junto ao MAFF. Existem, entretanto, certificadoras americanas e européias, reconhecidas pelo Governo japonês, com atuação também no Brasil.

ROTULAGEM

Os alimentos orgânicos a serem comercializados no Japão deverão conter o rótulo do "JAS Orgânico" (JAS = Japan Agricultural Standard). Abaixo da logomarca deverá constar o nome da certificadora. A figura abaixo mostra o rótulo do "JAS Orgânico" com o nome da certificadora devidamente indicado (neste exemplo, a alemã BCS Öko-Garantie).



Atualmente, estão registradas 62 certificadoras japonesas e 16 estrangeiras. As certificadoras estrangeiras são:

- Australian Certified Organic (Austrália);
- BCS Oeko-Garantie GmbH (Alemanha);
- Control Union Certifications (Holanda);
- CERES Certification of Environment Standards GmbH (Alemanha);
- Institute for Marketocology IMO (Suíça);
- Institute per la Certificazione Etica e Ambientale (Italia);
- CCPB-SRL (Itália);
- Bioagricert Srl (Itália);
- Global Organic Alliance Inc. (EUA);
- BioGro New Zealand Ltd (Nova Zelândia);
- Asure Quality Limited (Nova Zelândia);
- Instituto Mediterraneo di Certificazione IMI (Itália);
- Canadian Seed Institute CSI (Canadá);
- NASAA Certified Organic Pty Ltd (Austrália);
- Suolo e Salute Srl (Itália); e
- The Organic Food Chain Pty Ltd (Austrália).

Lista atualizada de certificadoras reconhecidas pelo MAFF podem ser verificadas no sítio deste ministério (<http://www.maff.go.jp/e/jas/jas/system.html>)

A importação de alimentos orgânicos no Japão pode ser feita por dois modos distintos:

(A) Certificação do produto por certificadora japonesa ou estrangeira, reconhecida pelo Governo japonês (conforme lista apresentada acima); e

(B) Rotulagem do produto com "JAS Orgânico" pelo próprio importador, desde que este importador esteja registrado e reconhecido junto ao Governo japonês.

No caso da opção (B), o importador japonês, e não o exportador estrangeiro, obterá a certificação junto à certificadora credenciada pelo MAFF. O exportador precisa requer certificação de seu produto junto à certificadora credenciada pelo Governo do seu país. Este sistema, no entanto, é válido somente para aqueles países reconhecidos pelo Japão como equivalentes no rigor das certificações, o que no momento exclui o Brasil.

Os esquemas para a certificação podem ser melhor visualizados nos Gráficos 4A e 4B.

Gráfico 4A – Certificação do produto no exterior e produto exportado já com o selo "JAS Orgânico"

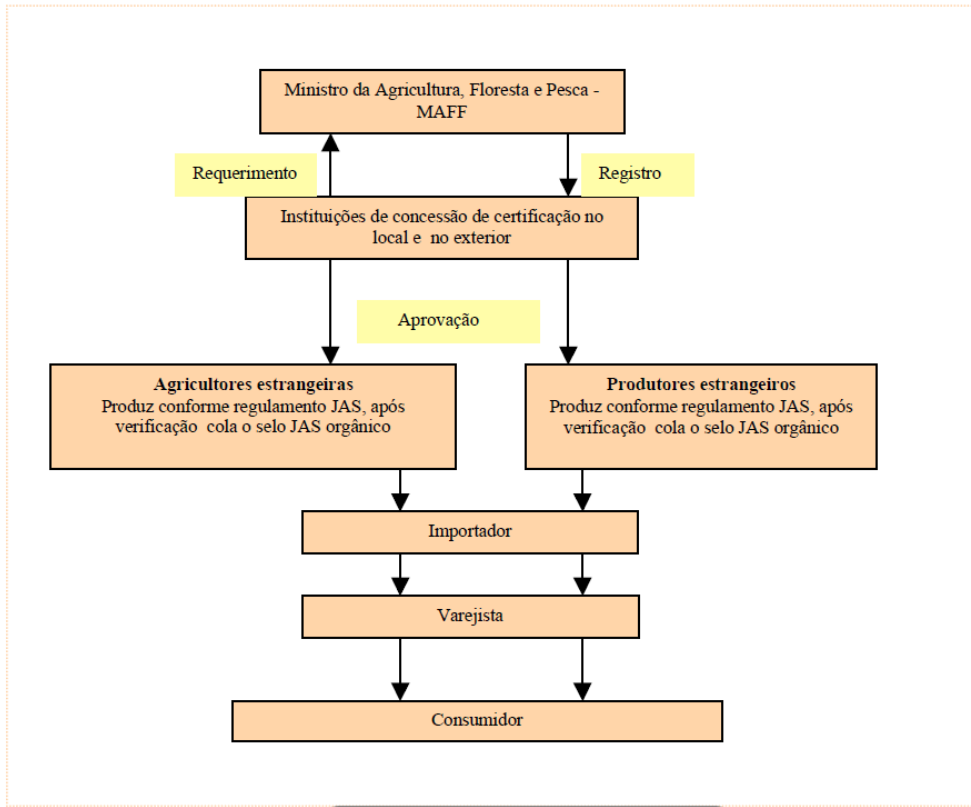
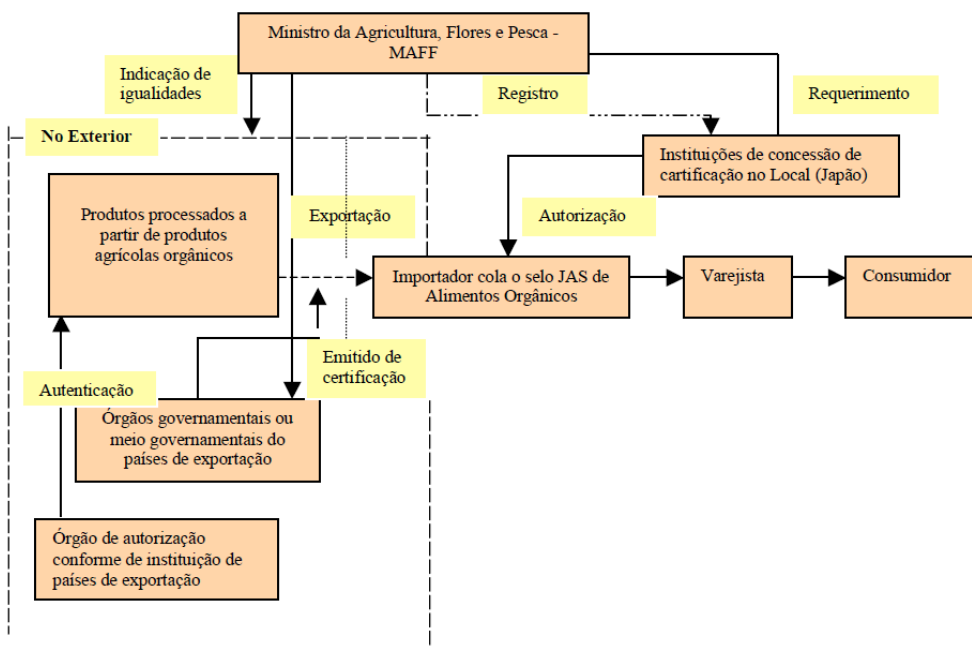


Gráfico 4B – Selo "JAS Orgânico" a ser fixado pelo importador devidamente homologado, com o produto orgânico certificado no exterior por autoridade reconhecida naquele país (exclui o Brasil).



6. DISTRIBUIÇÃO DE PRODUTOS ORGÂNICOS NO JAPÃO

Estudo realizado pela Organização de Comércio Exterior do Japão (JETRO), em 2004, revelou que os produtos agrícolas orgânicos são comercializados em (resposta múltipla):

- grandes varejistas (super mercados): 37,30%;
- pequenos varejistas (quitandas): 7,0%;
- varejistas exclusivos de produtos orgânicos: 29,60%;
- vendas diretas ao consumidor por grupos especializados: 26,30%;
- vendas diretas ao consumidor em geral: 12,30%
- cooperativas: 24,30%;
- outros: 10,80%.

A pesquisa conduzida pelo "Organic Market Research Project (OMR)" confirmou os dados da JETRO, realizada em 2004, indicando que os supermercados continuam sendo o principal meio de comercialização dos produtos orgânicos. Dos consumidores de produtos orgânicos, 60% afirmaram que adquiriam o produto nos supermercados.

Vendas diretas ao consumidor também representam um meio importante de comercialização dos produtos orgânicos, em vista da popularização da internet e a existência de eficiente sistema de serviço de entrega a domicílio, operadas pelas transportadoras tais como Yamato, Sagawa, Nippon Express e Japan Post - que possibilita a entrega do produto diretamente do agricultor para a residência dos consumidores.

No comércio tradicional, os produtos orgânicos ocupam espaço cada vez maior nas prateleiras, o mesmo acontecendo com as lojas de conveniência. Um exemplo seria a iniciativa do Grupo Lawson em inaugurar lojas específicas para produtos naturais, "Natural Lawson". Existem no Japão cerca de 10.000 lojas de conveniência da bandeira Lawson, segunda maior rede após o Seven-Eleven. Destes, cerca de 100 unidades são específicas para a marca "Natural Lawson", especializada em produtos naturais e orgânicos.

Com vistas a elevar a consciência da população sobre os orgânicos foram lançados foros de debates e programas de divulgação dos benefícios dessas mercadorias. Destacam-se, por exemplo, as atividades da "Japan Organic Agriculture Association (JOAA)" (<http://www.joaa.net/english/index-eng.htm>), criada em 1971 e mantida com recursos dos seus sócios e contribuições voluntárias. Atualmente, o grupo conta com 3.000 sócios individuais e 100 institucionais, incluindo agricultores, consumidores, pesquisadores e outros profissionais. Os membros do JOAA discutem os problemas enfrentados pelo setor, questões de distribuição, preço e qualidade, entre outros. Com o recente acidente nuclear, a preocupação com a segurança alimentar passou a considerar níveis de contaminação por elementos radioativos, tema este amplamente debatido entre os sócios do JOAA.

Outra associação atuante é o "Japan Organic & Natural Foods Association (JONA)", entidade sens fins lucrativos fundada em 1993. Além de atividades de divulgação, a JONA é reconhecida pelo Governo japonês, através do Ministério da Agricultura, Floresta e Pesca (MAFF) como certificadora oficial de produtos orgânicos.

As feiras e exposições são, igualmente, meio eficazes de divulgação dos produtos orgânicos. Destacam-se em particular a feira FOODEX JAPAN, maior feira do setor de alimentos da Ásia, e o BIOFACH JAPAN, feira específica do setor orgânico.

7. PERSPECTIVAS FUTURAS

Tradicionalmente os japoneses valorizam os alimentos considerados benéficos à saúde, comprovados pela crescente popularidade da culinária japonesa no exterior. Ademais de "benéfico", a população local passou a se preocupar igualmente com a "segurança" do alimento, em vista do surgimento de doenças como BSE e gripe aviária, além de casos de contaminação em alimentos importados. Com o país sendo vitimado por um grande terremoto e tsunami, em março de 2011, seguido de acidente nuclear e vazamento de elementos radioativos, a "segurança alimentar" passou a ser uma consideração ainda mais relevante.

O mercado de alimentos orgânicos ainda é incipiente, em vista da variedade limitada de produtos, preços elevados e a necessidade de maior conscientização do consumidor. A crescente preocupação com a "segurança alimentar" não se traduz diretamente em aumento do interesse por produtos orgânicos, uma vez que o alimento pode ser seguro sem necessariamente ser orgânico. Com relação aos preços, o setor é prejudicado pelos custos elevados em decorrência do baixo volume de produção, com pouco ganho de escala, além dos custos mais elevados de produção desse tipo de mercadoria. Costumam ter preço mais acessível, no entanto, os produtos feitos com base na soja, como o "tofu" (queijo de soja) e "natto" (soja fermentada), ambos com volume significativo de produção e custos competitivos.

A forte atuação das ONGs e grupos de consciência dos consumidores deverá aumentar o interesse da população por produtos orgânicos, o que irá beneficiar tanto os produtores nacionais como estrangeiros. O Brasil se tornou líder absoluto no mercado de frango importado no Japão exatamente por oferecer um produto seguro, não tendo sido afetado pelo surto de gripe aviária que atingiu os seus principais concorrentes, China e Tailândia. Livre, igualmente, da BSE, o Brasil reúne condições para se tornar um fornecedor de orgânicos para o Japão.

8. PRINCIPAIS FEIRAS DO SETOR

A principal feira do setor de alimentos orgânicos no Japão é o "BioFach Japan Organic Expo", evento organizado pela Nurnberg Messe e com eventos realizados também na Europa, EUA, China, Índia e América Latina (Brasil – São Paulo). No evento de 2010, o "BioFach" Japan reuniu 256 expositores e um público de 17.132 visitantes. O evento de 2011, realizado nos dias 1 a 3 de novembro, reuniu 165 expositores de 10 países, com total de 16.119 visitantes. O "Bio Fach Japan 2012" deverá ser realizado nos dias 22 a 24 de outubro de 2012, no Centro de Convenções Tokyo Big Sight.

Apesar de não ser especializada em produtos orgânicos, a "FOODEX JAPAN", maior feira do setor alimentício da Ásia, também têm observado crescente participação dos produtos orgânicos. A edição de 2011 reuniu 74.936 visitantes e a de 2010, 73.556 visitantes. O "Foodex Japan 2011" contou com a participação de 63 países e 2.399 expositores no total (1.407 estrangeiros e 992 nacionais).

* **FOODEX JAPAN – International Food & Beverage Exhibition**

- próxima edição: "Foodex Japan 2012" – 6 a 9 de março de 2012.
- local: Centro de Convenções "Makuhari Messe", Província de Chiba
- website: <http://www3.jma.or.jp/foodex/en/index.html>
- contato: Japan Management Association (foodexinternational@convention.jma.or.jp)

*** BIOFACH JAPAN – International Organic Trade Fair**

- próxima edição: "BioFach Japan 2012" – 22 a 24 de outubro de 2012
- local: Centro de Convenções "Tokyo Big Sight"
- website: <http://www.biofach-japan.com/en/default.ashx>
- contato: Nurnberg Messe (<http://www.biofach-japan.com/en/contact/>)

9. CONTATOS COMERCIAIS**A. Entidades de classe**

- Japan Organic Agriculture Association (<http://www.joaa.net/english/index-eng.htm>)
- Japan Organic and Natural Foods Agriculture Association (<http://www.jona-japan.org/english/>)
- Organic Farming Promotion Association (<http://www3.ocn.ne.jp/~yusuikyo/>)

B. Principais sítios de comercialização de alimentos orgânicos via internet

- Rakuten Natural Foods Market (<http://event.rakuten.co.jp/gourmet/natural/>)
- E-Yuki Seikatsu (<http://www.eu-ki.com/>)
- Oisix (<http://www.oisix.com/topPageG5.htm?SESSIONISNEW=TRUEID&mi2=7749>)
- Pal System (<http://www.pal.or.jp/>)
- Daichi wo Mamoru Kai (<http://www.daichi.or.jp/>)
- Radish Boya (<http://www.radishbo-ya.co.jp/index.html>)
- Polan Hiroba Organic Association – POFA (<http://www.pofa.jp/index.html>)
- Natural Lawson (<http://natural.lawson.co.jp/index.html>)
- Crayon House Organic Town (<http://www.crayonhouse.co.jp>)

C. Principais lojas especializadas em alimentos naturais

- Natural Lawson (<http://natural.lawson.co.jp/index.html>)
- Natural House (<http://www.naturalhouse.co.jp/>)
- AIC INC. (Grupo Aeon de Supermercados) (<http://www.aicincjp.com/>)
- Yasai Mogu Mogu (<http://mogu.pupu.jp/>), este sítio apresenta lojas de produtos naturais espalhados pelo país.

D. Alimentos Orgânicos Brasileiros

- Gapie Japan Co., Ltd.
Endereço: Room 901, 9-8 Mukogaoka 3-chome, Toyonaka-shi, Osaka 560-0053
Produto: cogumelos agaricus
Website: <http://www.gapiejapan.com/>
Certificação: JAS Orgânico (JONA), IBD

- Nordeste Company
Endereço: 5-8 Sekihara 3-chome, Adachi-ku, Tokyo 123-0852
Tel. 03-3849-4654
Produto: própolis orgânico

- U.G.B. Co., Ltd.
Endereço: 3-2-14 Namiki, Tsuchiura-shi, Ibaraki 300-0061

Website: <http://ugb.shop-pro.jp/?mode=sk>
Produtos: café solúvel orgânico, cosméticos orgânicos

- Takahashi Sauce Co., Ltd.
Endereço: 604-7, Shimoyado, Honjo-shi, Saitama
Tel. 0495-24-1641
Website: <http://www.takahashisauce.com/index.html>
Produtos: molhos, sucos de verduras e açúcar orgânicos.
Certificação: JAS Orgânico (ECOCERT-QAI)

- Doutor Coffee Co., Ltd.
Endereço: 1-10-1 Jinnan, Shibuya-ku, Tokyo 150-8412
Website: http://www.doutor.co.jp/en_index.html
Produtos: açúcar orgânico

- Expo Brazil
Endereço: sítio administrado no Brasil
Website: <http://www.expobrazil.com/jp/index.php>
Produtos: própolis, açúcar e mel orgânicos

- The Wind and Light
Endereço: Room 1509, 5-3-2 Minatomirai, Nishi-ku, Yokohama, Kanagawa
Tel. 045-650-6160
Website: <http://www.kazetohikari.jp/category/1450888.html>
Produto: açúcar orgânico
Certificação: JAS Orgânico (Nihon ICS)

- Assist Inc.
Endereço: 23-20, Chiyo 1-chome, Hakata-ku, Fukuoka-shi, Fukuoka 812-0044
Tel. 092-651-8250
Contato: saty@e-iyashi.info
Website: <http://www.e-iyasi.info/>
Produto: café orgânico
Certificação: JAS Orgânico (JONA)

E. Alimentos Orgânicos em Geral

- Kokubu & Co., Ltd.
Endereço: 1-1-1 Nihonbashi, Chuo-ku, Tokyo 103-8241
Tel. 03-3276-4000
Website: <http://www.kokubu.co.jp/english/>
Obs: Atua principalmente com bebidas importadas e enlatados (peixe).

- Nishimoto Trading Co., Ltd.
Endereço: 1-30-5, Hamamatsu-cho, Minato-ku, Tokyo 105-0013
Tel. 03-3438-5651
Website: <http://www.ntcltd.com/english/nishimoto/index.html>
Contato: ntcinfo@ntcltd.com
Obs: Importação principalmente de frutas e vegetais.

- Sumifru Corporation

Endereço: TN Koishikawa Bldg 5F, 1-15-17 Koishikawa, Bunkyo-ku, Tokyo 112-0002

Tel. 03-5805-0571

Website: <http://www.sumifru.co.jp/>

Obs: Especializada em frutas, principalmente bananas

- Daimaru Kogyo

Endereço: Yushutsu Seni Kaikan 3-4F, 3-4-9, Bingo-machi, Chuo-ku Osaka

Tel. 06-6205-1000 Fax. 06-6205-1010

Website: http://www.daimarukogyo.co.jp/en/index_e.html

Obs: Pertence ao grupo de lojas de departamentos e supermercados "Daimaru/Matsuzakaya". Atua principalmente nas áreas de carnes, frutos do mar e café.

- Tominaga Boeki Kaisha Ltd.

Endereço: 5-1-21 Goko-dori, Chuo-ku, Kobe-shi, Hyogo 651-0188

Tel. 078-232-8600 Fax. 078-232-8666

Website: <http://www.tominaga.co.jp/english/>

Obs: Atua principalmente com chás (preto), enlatados, massas, temperos e doces.

- S. Ishimitsu & Co., Ltd.

Endereço: 4-40, Iwaya Minami-machi, Nada-ku, Kobe 657-0856

Tel. 078-861-7791 Fax. 078-882-1007

Website: <http://www.ishimitsu.co.jp/english/>

Obs: Especializada principalmente em café, mas com atuação também em frutas, legumes e verduras.

- SC Foods Co., Ltd.

Endereço: 16F Harumi Island Triton Square Office Tower Z, 1-8-12 Harumi, Chuo-ku, Tokyo 104-6216

Tel. 03-6369-0111 Fax. 03-6369-0201

Website: <http://www.scfoods.co.jp/english/index.html>

Obs: Importação de carnes, produtos marinhos e vegetais (in natura, processados e enlatados).

- Votre Sante Limited

Endereço: 3-36-5, Arai, Nakano-ku, Tokyo

Tel. 03-3385-3271 Fax. 03-3385-3256

Website: http://www.votre-sante.co.jp/pages/haelth_index.html

Obs: Comercialização de suplementos alimentícios (colágenos), extratos de frutas e óleos vegetais.

Para mais informações, favor contatar:

Setor de Promoção Comercial
Embaixada do Brasil em Tóquio
2-11-12 Kita Aoyama, Minato-ku,
Tokyo 107-8633 Japan
Tel.: (81-3) 3405-6838
Fax: (81-3) 3405-5846
Email: secom@brasemb.or.jp

IMPORTANTE

Os estudos e boletins de mercado elaborados pelo Setor de Promoção Comercial da Embaixada do Brasil em Tóquio (SECOM/Tóquio) são uma indicação das oportunidades oferecidas às empresas brasileiras interessadas em desenvolver negócios no Japão. O SECOM/Tóquio se dispõe a receber comentários sobre este Boletim de Mercado, mas não se responsabiliza pelos resultados de iniciativas comerciais inspiradas nos dados aqui contidos.