



# RELATÓRIO DE MERCADO EUROPEU

## Janeiro de 2005

**Não existe mercado na Europa para o alimento transgênico rotulado. Pesquisa mostra que das 60 maiores empresas de alimentos e bebidas da União Européia, 49 têm uma política de manter seus produtos livres de transgênicos, representando um mercado de 646 bilhões de euros.**

### 1 - Introdução

O Greenpeace faz campanha para que a liberação de OGMs (organismos geneticamente modificados) no meio ambiente seja banida, devido aos perigos que apresentam ao meio ambiente e à saúde humana e animal e à incerteza sobre os riscos que representam para a segurança alimentar<sup>1</sup>. Estamos lutando por uma agricultura sustentável livre de agrotóxicos e transgênicos<sup>2</sup>.

A indústria de alimentos é um dos focos do Greenpeace na Europa desde 1996, quando a soja geneticamente modificada foi misturada pela primeira vez nas exportações de produtos alimentícios dos EUA para a Europa, sem que isso fosse sequer perguntado ou desejado pelo consumidor. Na época, a maior parte dos produtores e varejistas de alimentos possuíam uma política de apoio ao uso de ingredientes transgênicos, não se preocupando com sua utilização, ou ignorando o assunto.

Nos anos seguintes, muitas empresas alimentícias européias e particularmente as associações comerciais afirmavam que as culturas transgênicas trariam benefícios em breve para os consumidores, e que não havia qualquer forma de evitar sua utilização porque elas eram misturadas nos estoques das commodities soja e milho vindos dos EUA.

Houve um prolongado e às vezes intenso debate público, político e científico nos oito anos que se seguiram sobre os perigos das culturas transgênicas. A discussão obteve bons resultados, e um dos mais significativos foi a forte e consistente rejeição aos alimentos geneticamente modificados por parte de consumidores bem informados, e a mudança que eles provocaram nas políticas da indústria européia de alimentos. Outro efeito foi a introdução das leis de rotulagem dos ingredientes transgênicos dos alimentos na Europa.

A nova legislação européia sobre rotulagem e rastreabilidade de alimentos e rações geneticamente modificados (Regulamento (EC) no. 1829/2003 e Regulamento (EC) no. 1830/2003) entrou em vigor em 18 de abril de 2004. Isso significa que um maior espectro de ingredientes alimentícios transgênicos agora requerem rotulagem, o que é particularmente relevante, por exemplo, no caso do óleo de soja ou de milho, e da ração animal, que pela primeira vez também necessitam de rotulagem.

<sup>1</sup> Documento "O que há de errado com os transgênicos"

[http://www.greenpeace.org.br/transgenicos/pdf/o\\_que\\_ha\\_de\\_errado.pdf](http://www.greenpeace.org.br/transgenicos/pdf/o_que_ha_de_errado.pdf)

<sup>2</sup> Documento "Receitas contra a fome: histórias de sucesso para o futuro da agricultura"

[http://www.greenpeace.org.br/transgenicos/pdf/receitas\\_contra\\_a\\_fome.pdf](http://www.greenpeace.org.br/transgenicos/pdf/receitas_contra_a_fome.pdf)



## 2- Pesquisa

O Greenpeace queria saber como as empresas estavam reagindo à legislação. Assim, durante o último ano,, escritórios da organização na maioria dos países membros da União Européia (UE) incluindo nações prestes a entrar no bloco- entraram em contato com importantes produtores e comerciantes de alimentos. Antes e depois da introdução das novas regras européias, foi pedida uma declaração da companhia sobre a política de uso ou não de ingredientes transgênicos em seus produtos alimentícios.

Para embasar este documento, foram utilizadas as respostas dos varejistas “top 30” - uma seleção de 30 dos maiores produtores de alimentos e bebidas na Europa. Enquanto algumas companhias decidiram responder utilizando nossos questionários-padrão, a maioria das empresas nos forneceu suas próprias declarações.

De forma complementar à pesquisa sobre a política das empresas, os “detetives de genes”<sup>3</sup> do Greenpeace estão inspecionando supermercados e lojas de alimentos desde abril de 2004, em busca de produtos transgênicos rotulados nos 25 países membros da União Européia (UE25). Essa verificação *in loco, que* ainda está em andamento, nos permitiu compreender melhor se a realidade nas lojas correspondia às declarações das empresas.

## 3- Resultados

A União Européia, com seus 455 milhões de consumidores<sup>4</sup>, é um dos maiores mercados de alimentos do mundo em termos de valores. As vendas estimadas de alimentos e bebidas em 2002<sup>5</sup> na União Européia ampliada, mais Suíça e Noruega, atingiram o montante de 1,06 trilhões de euros. As declarações das empresas nas quais esse documento se baseia demonstram claramente que esse mercado é consideravelmente fechado para os produtos transgênicos rotulados.

Em rankings de indústrias comumente utilizados, as empresas são listadas de acordo com a venda total. No entanto, o comércio varejista e a maior parte dos produtores de alimentos e bebidas não fabricam ou vendem somente esse tipo de artigo, mas também uma variedade de produtos não-alimentícios. A fim de refletir melhor a importância de determinado produtor ou comércio de alimentos para o mercado europeu, decidimos classificar as empresas não de acordo com o valor total de vendas , mas somente de acordo com o número referente a comidas e bebidas.

As políticas dessas empresas com relação aos transgênicos, em suas próprias palavras, claramente refletem a rejeição massiva crescente a ingredientes geneticamente modificados por parte da indústria internacional de alimentos. A rejeição a alimentos transgênicos na Europa chega diretamente à indústria, passando pelos fabricantes de comida e bebida e pelo comércio varejista, incluindo desde barras de cereais e alimentos prontos a ração animal e cerveja.

Das 60 empresas avaliadas, 49 (27 varejistas e 22 produtores) têm uma política de não uso de OGMs na UE25, totalizando 646 bilhões de euros em vendas. O total do mercado de comida e

<sup>3</sup> Trolley Watch – The gene detectives - <http://weblog.greenpeace.org/ge/action.html>

<sup>4</sup> Ampliação da UE, a nova UE de 25 comparada à UE15 — release do Eurostat de 11/03/2004,

<http://europa.eu.int/comm/eurostat/Public/datashop/print-product/EN?catalogue=Eurostat&product=1-11032004-EN-AP-EN&type=pdf>

<sup>5</sup> The Top-100 EU19 Food & Drink Companies, Food for Thought (FFT), Genebra, ranking de empresas fornecido ao Greenpeace Internacional, abril de 2004.



bebida em toda a Europa é de 1,06 trilhões de euros, o que significa que mais de 60% das vendas de alimentos no continente é de produtos não-transgênicos, demonstrando claramente a grande rejeição europeia ao alimento OGM rotulado.

Muitas dessas companhias já haviam se antecipado à última legislação de rotulagem europeia e implementaram apropriadas políticas para manter seus produtos livres de transgênicos, antes mesmo da introdução das novas regras em abril de 2004. De fato, muitas empresas já possuíam políticas contra OGMs cobrindo todos os possíveis ingredientes — incluindo, por exemplo, óleos vegetais e amido de milho — datando de 1999/2000 ou anos anteriores.

Desde abril de 2004, quando a nova legislação europeia entrou em vigor, os “detetives de genes” do Greenpeace estiveram inspecionando as prateleiras de supermercados e outros estabelecimentos nos Estados membros da União Europeia em busca de produtos transgênicos rotulados. Até meados de novembro de 2004, 77 produtos transgênicos rotulados foram encontrados em 10 dos 25 países, a maioria na Holanda, República Tcheca, Alemanha, França e Eslováquia. Muitos desses produtos são óleo de soja geneticamente modificada ou produtos importados dos EUA, Canadá, Japão e Coreia do Sul, estes últimos sendo apenas produtos específicos, que já estão deixando de ser comprados pelo comércio varejista ou importadores. Isso demonstra que a legislação de rotulagem está sendo efetiva e está forçando os responsáveis a identificar os ingredientes transgênicos.

Com a ampliação da EU, a legislação de rotulagem agora também deverá ser aplicada aos produtos alimentícios dos 10 novos países membros<sup>6</sup>. Pode ser observado que muitas das mais importantes redes de comércio varejista já implementaram políticas contra os transgênicos em toda a UE25, ou estão em vias de fazê-lo. Porém, ainda há bastante trabalho a fazer por parte de muitas companhias, que têm de estabelecer para suas operações na Europa central e oriental o mesmo padrão utilizado nos países da Europa ocidental.

A legislação europeia de rotulagem também é importante como uma referência ou padrão global, para importadores e exportadores cujos produtos forem destinados à UE ampliada. Para companhias fazendo negócios internacionalmente, implementar uma política livre de transgênicos em toda a empresa é um passo lógico a fim de responder às exigências dos consumidores e à legislação nos muitos outros países e regiões do mundo que possuem regras de rotulagem e outras leis relevantes com relação aos OGMs.

Para se ter uma idéia melhor do efeito mais amplo das políticas livres de transgênicos das indústrias, é necessário olhar toda a lista dos países onde essas companhias operam, e onde elas também estão implementando ou planejando implementar essa política. Muitas dessas empresas também estão no ranking dos maiores produtores de alimentos e negócio varejista do mundo.

A grande maioria dos varejistas e das companhias de alimentos e bebidas utilizadas como embasamento para este documento possuem uma política livre de transgênicos, e muitas delas a possuem há vários anos. Com a estimativa de vendas de alimentos e bebidas em 1,06 trilhões de euros, a Europa, um dos maiores mercados de alimentos do mundo, está firmemente fechada para o alimento transgênico rotulado, e não há nada que indique que haverá mudanças por agora.

A tendência das companhias baseadas na Europa é claramente em direção à implementação de políticas por ingredientes não-transgênicos. Onde essas medidas já existem há vários anos,

<sup>6</sup> Integraram a União Europeia no dia 01 de maio de 2004 os seguintes países: Polônia, República Checa, Hungria, Eslováquia, Eslovênia, Lituânia, Letônia, Estônia, Chipre e Malta



existe evidência de que estão sendo estendidas internacionalmente, como parte de um compromisso amplo por um número crescente de companhias.

Integrantes da cadeia de produção de alimentos, sejam agricultores, importadores ou exportadores de commodities, políticos, investidores ou outros produtores e varejistas, podem levar em consideração estes fortes sinais do mercado.

É claramente um grande mercado pelo qual nenhuma empresa escolheria sensatamente ser rejeitada, utilizando ingredientes geneticamente modificados que requeiram a rotulagem do produto final.

***O que são 1,06 trilhões de euros:***

*Em outras moedas internacionais:*

*1,333 trilhões de dólares americanos*

*738 bilhões de libras esterlinas*

*145,680 trilhões de ienes japoneses*

*10,383 trilhões de dólares de Hong Kong*

*3,806 trilhões de reais brasileiros*

*Taxa de câmbio de 17 de outubro de 2004*

#### **4- A situação da rotulagem na UE**

Após anos de debate público sobre o assunto, os consumidores europeus, em sua grande maioria, continuam a ter uma reação adversa com relação aos alimentos transgênicos. Foi essa rejeição por parte de um público "bem informado" que levou a indústria de alimentos a excluir de seus produtos ingredientes geneticamente modificados que requeiram rotulagem para o produto final. Desde 18 de abril de 2004, está em vigor a nova (segunda fase) legislação europeia de rotulagem e rastreabilidade para os alimentos, a ração animal e os ingredientes transgênicos. Essas novas regras, que estão entre as mais rígidas do mundo e se aplicam a um dos maiores mercados de alimentos em termos de valores, terão uma grande repercussão na "negociabilidade" dos produtos alimentícios e rações animais derivados de culturas geneticamente modificadas.

Existem duas grandes mudanças sobre as cláusulas de rotulagem anteriores, que afetarão mais de 90% de toda a importação de commodities transgênicas:

- **a exigência de se rotular todos os produtos derivados de ingredientes transgênicos, sem considerar se o DNA ou as proteínas geneticamente modificadas poderão ser detectadas no produto final ou não.**
- **a exigência de se rotular ração animal geneticamente modificada.**

Na primeira fase da legislação da UE, a rotulagem só era exigida nos produtos finais em que o DNA ou a proteína geneticamente modificadas podiam ser detectados, e o limite máximo para a contaminação transgênica ("presença acidental ou inevitável tecnicamente") que eximia o produto das exigências da rotulagem era de 1%.

Agora, na segunda fase da legislação europeia, o limite de contaminação foi reduzido para 0,9%<sup>7</sup> e exige-se que todos os ingredientes transgênicos sejam rotulados com base em sistemas de rastreabilidade, e não somente por meio de testes de transgenia. A nova fase da legislação

<sup>7</sup> Essa porcentagem se refere a cada ingrediente em um produto. O limite de 0,9% somente se aplica a OGMs que são aprovados sob a Regulamentação de Alimentos e Rações e de acordo com a Diretiva 2001/18 sobre a liberação deliberada de OGMs no meio ambiente. Uma isenção transitória de três anos é feita para alguns transgênicos, que não são aprovados mas se beneficiaram de uma opinião favorável do(s) Comitê(s) Científico(s) da UE antes que essa regulamentação entrasse em vigor. Tais transgênicos podem se apresentar acidentalmente em até 5%.



também exige que todos os ingredientes geneticamente modificados utilizados em ração animal sejam rotulados, mas não exige a rotulagem da carne ou laticínios de animais alimentados com produtos transgênicos. Estabelecer a rotulagem da ração e os sistemas de rastreabilidade é um primeiro passo necessário para se chegar à rotulagem dos ovos, carne e produtos lácteos, mas não oferece por si só uma escolha para o consumidor.

De acordo com a legislação de rastreabilidade da UE, ao colocar no mercado um OGM autorizado, os operadores são obrigados a relatar por escrito aos receptores sobre o fato de que o produto contém, consiste ou é produzido a partir de OGMs, e também informar a respeito dos identificadores únicos designados para esses OGMs. Essa informação precisa ser transmitida para qualquer operador subsequente a receber o produto e os registros das transações precisam ser mantidos pelos operadores pelo período de cinco anos.

### **EXEMPLOS DE ROTULAGEM DE ALIMENTOS OU RAÇÕES TRANSGÊNICAS**

TIPO DE OGM	EXEMPLO	ROTULAGEM EXIGIDA DE ACORDO COM A LEGISLAÇÃO ANTERIOR DA UE (NOVA REGULAMENTAÇÃO DE ALIMENTOS 258/1997)	ROTULAGEM EXIGIDA DE ACORDO COM A NOVA REGULAMENTAÇÃO DE ALIMENTOS E RAÇÕES ANIMAIS 1829/2003
Planta transgênica	Chicória	Sim	Sim
Semente transgênica	Semente de milho	Sim	Sim
Alimento transgênico	Milho, soja, tomate	Sim	Sim
Alimento produzido com OGMs	Farinha de milho	Sim	Sim
	Óleo de milho altamente refinado, óleo de soja, óleo de colza (canola)	Não	Sim
	Xarope de glicose produzido de amido de milho	Não	Sim
Comida de animais alimentados com rações transgênicas	Ovos, carne, leite	Não	Não
Comida produzida com a ajuda de uma enzima transgênica	Produtos de padaria feitos com a ajuda da amilase	Não	Não
Ração transgênica	Milho	Sim	Sim
Ração produzida a partir de OGMs	Ração de glúten de cereais, ração de soja	Não	Sim
Aditivo para ração produzido a partir de OGMs	Vitamina B2 (riboflavina)	Não	Sim

BASEADO EM: "STATE OF PLAY ON GMO AUTHORIZATIONS UNDER EU LAW", COMISSÃO EUROPÉIA, MEMO/04/14, JANEIRO DE 2004



## 5- Resumo das políticas com relação aos OGMs dos varejistas europeus "top 30"

- 27 dos varejistas "top 30" possuem uma política livre de transgênicos por toda a UE ou em seu mercado principal, onde realizam mais de 80% de suas vendas.
- 14 deles possuem a política de não vender, sob sua marca própria, qualquer produto que requeira ser rotulado como "modificado geneticamente", em todos os países europeus onde a companhia opera: Carrefour, Auchan, Sainsbury's, Safeway, Marks & Spencer, Coop Suíça, Coop Itália, Migros, grupo Big Food, Somerfield, Morrisons, Kesko, Boots, Coop Grã-Bretanha.
- Outras sete companhias (Tesco, Rewe, grupo Metro, Casino, Edeka, grupo Schwarz (Lidl), Tengelmann) têm um compromisso não-transgênico com os produtos de sua marca própria em seu mercado principal, que geralmente é seu país de origem, na Europa (onde fazem mais de 80% das vendas).
- Quatro varejistas (ITM na França, Wal-Mart na Alemanha, Aldi) declararam que estão se esforçando por um padrão livre de transgênicos, mas ainda não alcançaram a meta.
- A empresa Louis Delhaize possui um compromisso não-transgênico na França e Bélgica (embora algumas questões permanecem não resolvidas com relação a suas marcas Cora e Match na Bélgica).
- O grupo Coop Norden de varejistas possui uma política não-transgênica (embora os regulamentos na Noruega ainda têm de ser alterados para se equipararem à nova legislação europeia).
- A Leclerc não respondeu a nossa consulta, porém de acordo com seu site na internet a companhia oferece um compromisso não-transgênico com suas marcas próprias na França, seu principal mercado.
- A empresa Système U não respondeu a nossa consulta.
- O varejista espanhol Mercadona respondeu a nossa consulta, da mesma forma como sua associação comercial (Asedas), mas não respondeu às perguntas sobre sua política e uso de ingredientes geneticamente modificados.
- A empresa Royal Ahold (Albert Heijn), baseada na Holanda, utiliza ingredientes geneticamente modificados em alguns produtos de sua marca própria, mas destaca em sua resposta que seu uso está sendo reduzido.



## 6- Análise dos resultados:

O total de vendas de alimentos dos varejistas “top 30” é, mais ou menos, de 500 bilhões de euros.

Os 27 maiores varejistas de alimentos da Europa atingiram 456 bilhões de euros nas vendas de 2003, com uma política anti-OGMs na UE. Isso é mais que 91% da venda de alimentos dos varejistas “top 30” na Europa, e mais que 42% do total de 1,06 trilhões de euros das vendas de alimentos e bebidas na Europa.

A maioria desses varejistas possuem essa política há vários anos e todos realizam testes de controle de qualidade e sistemas de auditoria para identificar e, na vasta maioria dos casos, para excluir ingredientes transgênicos.

Muitos varejistas já haviam se antecipado a mais recente legislação da UE e implementado políticas livres de transgênicos previamente à introdução da nova legislação de rotulagem, em abril de 2004. De fato, muitas empresas claramente já possuíam políticas não-transgênicas estabelecidas, cobrindo todos os ingredientes geneticamente modificados, inclusive óleos vegetais e amido de milho desde 1999/2000 e até mesmo antes (como Carrefour, Auchan, Lidl, Sainsbury's, grupo Big Food, Coop Itália, Marks & Spencer).

Varejista número um do ranking na Europa, o Carrefour (com aproximadamente 57,5 bilhões de euros em vendas de alimentos no continente e mais de 25 bilhões de euros a mais do que seu rival mais próximo, Tesco) visa implementar a política livre de transgênicos globalmente, reconhecendo o desenvolvimento diferenciado que essa política possui dentro de cada país. As vendas globais do Carrefour, de 100,04 bilhões de euros (venda total, e não somente de alimentos), e o conjunto de países em que opera na Europa, Ásia e América do Sul são apenas um exemplo do amplo potencial de influência do mercado das políticas livres de transgênicos das empresas que embasaram este documento.

Foram encontrados três varejistas utilizando rótulos com ingredientes geneticamente modificados em produtos de sua marca própria — Royal Ahold (Albert Heijn), baseado na Holanda; o subsidiário do Casino, Laurus; e Tesco, na República Tcheca. A Ahold vende sete do total de 77 alimentos rotulados como geneticamente modificados encontrados em nossa pesquisa, sob as marcas Euroshopper e Albert Heijn. Foram identificados quatro produtos geneticamente modificados rotulados no Laurus, sob sua marca própria “Golden Regen”; e no Tesco um produto de marca própria contendo óleo de soja geneticamente modificada rotulado, registrado na República Tcheca.

Deve ser lembrado que as políticas dos varejistas somente se aplicam a suas marcas próprias, e assim, a empresa pode estar vendendo produtos transgênicos rotulados que foram fabricados por alguma indústria de alimentos ou bebidas. As exceções ficam com a Marks & Spencer, cujas lojas vendem somente produtos de sua marca própria; com todos os varejistas na Áustria, e diversos dos varejistas “top 30” nos novos países membros da UE (Metro na Hungria; Rewe na República Tcheca, Hungria e Eslováquia; Tengelmann na Hungria e na Eslováquia; grupo Schwarz na Polônia; Spar na República Tcheca).

Muitos varejistas também estão atualmente no processo de implementação das políticas para ração animal livre de transgênicos, e algumas decidiram destacar o fato em suas declarações.