TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Doanh nghiệp xuất khẩu mật ong sang thị trường Bắc Âu lưu ý ghi nhãn chuẩn theo truy xuất nguồn gốc

07:50 07/02/2025

Theo Thương vụ Việt Nam tại Thụy Điển, thị trường Bắc Âu, gồm các quốc gia Thụy Điển, Đan Mạch và Na Uy, đang áp dụng các quy định truy xuất nguồn gốc nghiêm ngặt theo Chỉ thị Mật ong EU (Directive 2024/1438). Vì thế, các doanh nghiệp xuất khẩu mật ong sang thị trường này lưu ý ghi nhãn chuẩn theo truy xuất nguồn gốc.

Cụ thể, thị trường Bắc Âu hiện đang có một số yêu cầu mới về truy xuất nguồn gốc như: Ghi nhãn xuất xứ rõ ràng, các loại mật ong pha trộn phải ghi rõ từng quốc gia xuất xứ trên nhãn chính.



Doanh nghiệp xuất khẩu mật ong sang thị trường Bắc Âu lưu ý ghi nhãn chuẩn theo truy xuất nguồn gốc. Ảnh minh họa, nguồn internet.

Các mẫu mật ong được nhập khẩu sẽ được kiểm tra bằng công nghệ tiên tiến để đảm bảo tính xác thực. Những thay đổi này nhằm nâng cao tính minh bạch, ngăn chặn tình trạng pha trộn mật ong và đảm bảo chất lượng sản phẩm.

Toàn bộ chuỗi cung ứng, từ tổ ong đến sản phẩm cuối cùng, phải được ghi chép rõ ràng, đảm bảo hệ thống truy xuất nguồn gốc đầy đủ. Đến năm 2028, Liên minh Châu Âu (EU) sẽ áp dụng phương pháp phân tích tiêu chuẩn hóa trên toàn khu vực.

Việt Nam thuộc TOP 10 quốc gia sản xuất mật ong trên thế giới, với sản lượng khoảng 60.000 tấn/năm, trong đó 90% dùng để xuất khẩu. Hoa Kỳ là thị trường số một của mật ong Việt Nam, nhưng EU thời gian gần đây cũng nổi lên đầy tiềm năng.

Trước những yêu cầu mới tại thị trường Bắc Âu, Thương vụ Việt Nam tại Thụy Điển khuyến nghị các cơ sở mật ong thiết lập hệ thống ghi chép chi tiết toàn bộ quy trình từ nuôi ong, thu hoạch, chế biến đến đóng gói. Đồng thời, sử dụng công nghệ như nhãn mác điện tử hoặc phần mềm quản lý chuỗi cung ứng để theo dõi sản phẩm.



Doanh nghiệp xuất khẩu mật ong sang thị trường Bắc Âu lưu ý ghi nhãn chuẩn theo truy xuất nguồn gốc. Ảnh minh họa, nguồn internet.

"Chất lượng sản phẩm là yếu tố quyết định trên thị trường Bắc Âu. Việc đạt được các chứng nhận quốc tế sẽ giúp doanh nghiệp tăng độ tin cậy", đại diện Thương vụ Việt Nam tại Thụy Điển nhấn mạnh.

Bên cạnh việc đảm bảo truy xuất nguồn gốc sản phẩm, cơ sở xuất khẩu mật ong đến Bắc Âu nên đầu tư vào kiểm tra chất lượng tại nguồn, đảm bảo mật ong không bị pha trộn. Trong thời gian tới, sớm đạt các chứng nhận như Organic Certification, Fairtrade, hoặc Rainforest Alliance để gia tăng giá trị.

Việc tuân thủ các quy định mới đòi hỏi chi phí lớn, đặc biệt với các doanh nghiệp vừa và nhỏ, đòi hỏi quá trình chuẩn bị chi phí tuân thủ và hỗ trợ nhà sản xuất

Do đó, các mắt xích trong chuỗi mật ong cần sớm ước tính chi phí lập bản đồ vị trí địa lý, kiểm tra chất lượng và xây dựng hệ thống truy xuất nguồn gốc. Cùng với đó, tiến hành lập kế hoạch hỗ trợ tài chính hoặc kỹ thuật cho các nông dân địa phương để đáp ứng tiêu chuẩn cần thiết.



Doanh nghiệp xuất khẩu mật ong sang thị trường Bắc Âu lưu ý ghi nhãn chuẩn theo truy xuất nguồn gốc. Ảnh minh họa, nguồn internet.

Coi quy định mới vừa là thách thức, vừa là cơ hội cho mật ong Việt Nam, Thương vụ đề nghị doanh nghiệp, người sản xuất chủ động tuân thủ quy định, tạo lợi thế cạnh tranh và khẳng định vị thế tại thị trường Bắc Âu.

Thương vụ Việt Nam tại Thụy Điển sẽ phối hợp các đơn vị của Bộ Công Thương cũng như tổ chức, cá nhân liên quan kết nối các nhà nhập khẩu để doanh nghiệp tham gia nhiều hơn vào những hội chợ thương mại tại Bắc Âu, mở rộng tập khách hàng.

"Người tiêu dùng Bắc Âu đặc biệt quan tâm đến các sản phẩm bảo vệ môi trường và phát triển bền vững", Thương vụ cho biết và nhấn mạnh, cơ sở sản xuất mật ong nên từng bước thực hiện các chiến lược sản xuất xanh, giảm thiểu tác động môi trường trong toàn bộ chuỗi cung ứng. Ngoài ra, có thể chứng minh sản phẩm góp phần vào bảo vệ hệ sinh thái và giảm phá rừng.

PV/chinhphu.vn