

STRATEGIE DE PROMOVARE A PRODUSELOR ROMÂNEȘTI: RISURI (-) ȘI OPORTUNITĂȚI (+)





CONTEXTUL ACTUAL

2020: Impact direct, puternic, imediat, cu efect evident pe termen lung, asupra producătorilor și procesatorilor agro-alimentari autohtoni, indiferent de mărimea lor sau de gradul de organizare antreprenorială.

- Pandemia de Covid-19 a închis brusc canale importante de distribuție (de ex. HORECA)
- A scăzut consumul în ansamblu, inclusiv cel al produselor alimentare.
- S-au închis magazine (rețele) de produse tradiționale;
- S-au impus măsuri de izolare și restricțiile de circulație;
- S-a instalat un sentiment de insecuritate al populației privind viitorul ei, atât fizic, cât și economic.

CONCLUZIE: Deși are resurse agricole importante, România este una dintre țările cele mai vulnerabile din Europa în ceea ce privește asigurarea securității aprovizionării cu alimente pentru populație, conform evaluărilor făcute de diverse organizații internaționale.



CONTEXTUL ACTUAL

STAREA DE FAPT: Cerere în creștere pentru produse autohtone de calitate + lipsă de convergență între producătorii autohtoni și DASL

CONSECINȚĂ: Securitatea aprovizionării cu alimente scăzută în România

1. Tendință DASL de a se aproviziona din surse de import

DASL caută prețuri de achiziție scăzute, volume mari și stabile de aprovizionare la standarde de calitate constante (= furnizori străini/tehnologizare mai ridicată + economii de scară + politici naționale de subvenții generoase + mecanisme de promovare a producției pe piețele interne și externe).

2. Acces limitat al producătorilor autohtoni la canalele DASL

Producătorii autohtoni nu au nivelul de acces la acest canal de distribuție specific, care le-ar putea asigura un volum mare de vânzări de produse.

3. Cerere în creștere pentru produse autohtone de calitate

Tendință de consum pentru produsele agricole de origine locală; nu sunt disponibile la raft într-un volum suficient sau într-o varietate mai largă.

MĂSURI ADOPTATE DE UNELE STATE UE

AUSTRIA - Sistem voluntar de certificare a calității și originii produselor și promovare a lor, gestionat de beneficiari

- Standarde de calitate și trasabilitate a provenienței, precum și a unui cadru și mecanisme de promovare a produselor agroalimentare austriece = OK Tratat UE

POLONIA - Fonduri pentru promovarea produselor agricole și alimentare gestionate de beneficiari

- Nouă fonduri pentru promovarea produselor agricole și alimentare: lapte, carne de porc, carne de vită, carne de cal, carne de oaie, cereale și produse de cereale, fructe și legume, carne de pasăre și pește = OK Tratat UE

BULGARIA - Prevederi privind obligativitatea DASL de a asigura spații separate de vânzare pentru producția locală

- Restricționează libera circulație a mărfurilor, prevăzută la articolul 34 din Tratatul privind funcționarea UE = INFRINGEMENT

SOLUȚII

- 1. Promovarea și dezvoltarea producției locale** ca soluție pentru îmbunătățirea accesului consumatorilor la o gamă mai largă de produse alimentare și pentru a asigura securitatea aprovizionării cu alimente pe termen lung.
- 2. Responsabilitate a și solidaritatea rețelelor** naționale de retail pentru reconsiderarea și consolidarea parteneriatului cu producătorii autohtoni, prin asigurarea accesului prioritar și rapid la raft a produselor agro-alimentare furnizate.
- 3. Lanțul agro-alimentar scurt devine o prioritate,** cu efecte importante economice și de securitate alimentară pe termen lung.

Sistemul de promovare și management al calității produselor agricole și alimentare propus pentru piața românească = independent și structurat pe principalele segmente de produse alimentare și agricole

Managementul calității

- Sisteme de management și certificare a calității și a provenienței produselor agricole și alimentare pentru produsele autohtone, în scopul individualizării și punerii în valoare;
- Respectarea standardelor de calitate pentru produsele autohtone și de import (comunitar și extracomunitar)

Marketing și promovare

- Colectarea de date de marketing și de piață și dezvoltarea de studii de piață și de marketing necesare dezvoltării de măsuri relevante pentru piața românească;
- Dezvoltarea de strategii și campanii de marketing, promovarea și implementarea campaniilor de marketing și promovare prin abordări multicanal

Sistemul de promovare și management al calității produselor agricole și alimentare propus pentru piața românească = independent și structurat pe principalele segmente de produse alimentare și agricole

Legislație și lobby

- Legislație necesară sistemelor de calitate, certificare și de proveniență a produselor agricole și alimentare;
- Implementarea de măsuri necesare promovării produselor autohtone;
- Dezvoltarea și promovarea legislației necesare dezvoltării producției autohtone și desfacerii acesteia pe piața românească și la export.

Mecanism dezvoltat sub forma unui ONG de Interes Public

- Finanțare: fonduri de stat și europene, contribuții din partea unor actori economici fanion pentru economia românească și ulterior autofinanțarea din contribuțiile companiilor beneficiare (i.e. taxă de promovare și utilizare a sistemelor de management al calității și provenienței produselor agricole și alimentare).

PREMISE

Agricultura este unul dintre pilonii principali ai economiei românești, cu contribuții medii de 5% la PIB în ultimii 10 ani.

- **Disponibilitatea și stabilitatea lanțului de aprovizionare cu alimente și agricultură** sunt factori majori la nivel macroeconomic și microeconomic pentru asigurarea securității aprovizionării cu alimente pentru populație.
- Ușurința transportului împreună cu viteza cu care circula informația și organizarea logistică în creștere au dus la o **globalizare a fluxurilor comerciale**. Găsim produse din toate țările diferite disponibile pe aceeași piață în același timp.
- Odată cu evoluția tehnologiei, a accesului la informații și a majorității componentelor de mediu, populația a început să simtă nevoia de **produse agricole și alimente care să îmbunătățească nutriția și sănătatea individului**, generând o cerere tot mai mare de produse indigene proaspete și prelucrate, pentru care s-ar putea dezvolta o piață specifică.

PROPUNERI

Dezvoltarea și promovarea unei politici „cumpărați produse românești”, similară cu politicile implementate de alte țări europene (de ex. Austria, Germania, Canada, Australia, Polonia, Marea Britanie, Franța) și în acord cu dispozițiile specifice europene, care individualizează produsele interne prin etichetare (e.g. proveniență, nivel de prospețime, valoare nutritivă, alte standarde de calitate) și auditarea lanțului de aprovizionare utilizat în procesul de producție.



PROPUNERI

Organizarea distribuției cu amănuntul la scară largă (DASL) și a producătorilor autohtoni pe cinci principalele grupuri agroindustriale de produse proaspete și prelucrate (produse din carne, produse lactate, fructe și legume, cereale și vin), în vederea dezvoltării cadrului, mecanismelor și a instrumentelor necesare pentru implementarea politicii menționate mai sus și pentru facilitarea organizării și convergenței ofertei producătorilor autohtoni cu cererea DASL pe anumite piețe de produse.





BENEFICII

- Convergența cu programele deja implementate pentru promovarea produselor românești și asigurarea unei baze pentru dezvoltarea lor ulterioară;
- Dezvoltă oportunitățile de reducere a costurilor și a emisiilor de gaze cu efect de seră prin reducerea intensității lanțului de aprovizionare, precum și a modelului de achiziții;
- Generarea unei piețe pentru produsele alimentare autohtone, care să răspundă cererii crescânde de astfel de produse ale consumatorilor români;
- Oferirea unei game mai largi de produse la raft, împreună cu informații suplimentare relevante, în beneficiul consumatorilor finali;

BENEFICII

- Permite reducerea costurilor, a deșeurilor (produse degradate) și a utilizării metodelor de conservare (chimice sau fizice), prin scurtarea intervalului dintre producția efectivă și plasarea produselor pe rafturi și scăderea volumului achizițiilor independente de produse;
- Permite producătorilor autohtoni să obțină volumul de vânzări necesar pentru a dobândi nivelul și mixul de capital propriu și atras necesar pentru dezvoltarea activității lor, astfel încât să le permită să obțină convergența necesară cu canalul de distribuție DASL;



BENEFICII

- Generarea unui nivel mai mare de investiții în infrastructură și facilități de producție agroindustriale, cu rentabilități mai mari pentru comunitățile locale, asigurând în special dezvoltarea zonelor rurale și convergența acestora la nivel european;
- Creșterea durabilă a producției potențiale de produse agro-alimentare la nivelul UE, pentru a preveni deficiențele de aprovizionare cu alimente care pot apărea în anii următori ca efect al crizei COVID-19.



Mulțumesc pentru atenție!