

Strategii pentru echilibrarea balanței comerciale a României prin stimularea și susținerea producției naționale.

Studiu de caz PENNY (REWE România)

Realizat de



Studiul „Strategii pentru echilibrarea balanței comerciale a României prin stimularea și susținerea producției naționale. Studiu de caz PENNY (REWE România)” a fost realizat de Academia de Studii Economice București.

Autori:

Prof. Univ. Dr. Nicolae Istudor
Conf. Univ. Dr. Tănase Stamule
Lect. Univ. Dr. Sorin Anagnoste
Lect. Univ. Dr. Mihai Dinu

**Materialul de față poate fi consultat
în format digital pe site-ul:**

<https://www.penny.ro/>
în română, engleză și germană.

PENNY România | Contact presă

Irina Butnaru
Corporate Communications Manager & Spokesperson
PENNY | REWE România
i.butnaru@penny.ro, presa@penny.ro

cuprins

- 2** Cuvânt înainte
- 4** „100 de idei de business pentru România”,
o inițiativă lansată de PENNY România
- 6** Analiza balanței comerciale a României
- 14** Mese rotunde pentru analiza mediului de
business din România
- 18** Concluzii și recomandări pentru
echilibrarea balanței comerciale a
României
- 26** Vocile proiectului



Cel mai puternic gând cu care am pornit la drum în dezvoltarea proiectului TripluRO (3RO) este acela că există un potențial enorm de dezvoltare a capacității de producție locală.

Suntem români, sigur că ne dorim să cumpărăm cât mai multe produse românești. Pentru că trăim în România vrem să contribuim activ la bunul mers al lucrurilor și la dezvoltarea societății în ansamblu.

Producătorii locali, marile companii internaționale, autoritățile române, dar și noi, alături de fiecare dintre colegii noștri din retail, putem juca un rol important în viitorul producției de bunuri 100% românești.

În acest sens, ne-am setat obiectivul de a încheia acest an cu 60% produse cu ingredientul principal provenit din România, procesate și ambalate în țara noastră, din totalul sortimentului nostru.

Am făcut demersurile pentru a certifica aceste produse ca fiind 3RO, cu întreaga producție realizată vertical în România. Însă, am știut de la început că, pentru a contribui la binele României, avem nevoie ca toți actorii relevanți să se implice în dezvoltarea societății românești.

În parteneriat cu Academia de Studii Economice din București (ASE), am identificat peste 200 de produse care fie nu se găsesc în România, fie nu sunt la calitatea și în cantitatea dorită de clienți. Aceste 200 de produse au fost împărțite în funcție de codul CAEN și analizate

de către ASE în cadrul unui studiu complex ce stă la baza documentului de față.

Pentru cele mai reprezentative categorii de produse, am organizat împreună cu ASE mese rotunde în perioada februarie – mai 2023 la Guvernul României și la Academia de Studii Economice din București. Am adus la aceeași masă asociații profesionale și producători mai mici sau mai mari, care își doresc și au posibilitatea să realizeze produse 3RO. Reprezentanții ai autorităților au prezentat programele și oportunitățile de accesare a fondurilor necesare dezvoltării acestor businessuri.

În paginile următoare, vă prezentăm principalele concluzii ale studiului Strategii pentru echilibrarea balanței comerciale a României prin stimularea și susținerea producției naționale.

Continuăm cu determinare proiectul 3RO. Pe măsură ce îl vom dezvolta, vom răspunde și mai bine nevoilor consumatorilor, vom aduce valoare în comunități, vom scurta lanțul de aprovizionare și, prin toate acestea, vom continua să fim sustenabili și prietenoși cu mediul înconjurător.

Cu încredere,

Daniel Gross
CEO PENNY România

D. Gross



Reziliența unei țări depinde și de capacitatea acestuia de a-și asigura produse de bază, dar și de a fi competitivă în domenii diverse. La 33 de ani de la căderea comunismului,

economia României s-a transformat într-una capitalistă, iar principalul obiectiv economic astăzi este recucerirea pieței interne.

Proiectul 3RO, inițiat de PENNY România, este în deplină concordanță cu prioritățile strategice ale țării noastre, ajutând atât la creșterea competitivității noastre economice și, implicit, a rezilienței, cât și la cererea crescândă a poporului român de a consuma produse românești.

Ne-am dorit ca parteneriatul dintre ASE și PENNY să genereze proiecte cu valoare adăugată atât pentru noi ca parteneri, cât și pentru România. PENNY este prima companie din retail care a atras atenția asupra faptului că producția este deficitară pe mai multe sectoare, afirmând că este nevoie de soluții și politici publice pentru a stimula producția locală.

Noi, mediul universitar, dorim să fim liantul dintre mediul de afaceri și guvern, pentru a găsi împreună cele mai bune soluții pentru a ajuta producătorii români să pună pe piață produsele ce astăzi lipsesc.

Implicarea, alături de PENNY, în cadrul acestui proiect reprezintă un pas important în această direcție și arată că societatea noastră s-a maturizat, reușind să genereze un dialog consistent între toți actorii relevanți pentru industrie.

3RO este un proiect gândit pe termen mediu și lung și, astfel, ne oferă tuturor șansa să contribuim la un viitor sănătos pentru producătorii români și pentru întreaga economie românească.

Felicit compania pentru această inițiativă de business și sunt convins că prin strategia adoptată vor avea un succes și mai mare pe piața românească.

Mult succes,

Tănase Stamule
Decan FABIZ-ASE

T. Stamule

„100 de idei de business pentru România”, o inițiativă lansată de PENNY România

În 2022, sub umbrela obiectivului 3RO, PENNY a lansat „100 de idei de business pentru România”, un demers curajos pentru mediul local de afaceri. Inițiativa reprezintă o continuare a obiectivului 3RO pe care ni l-am asumat în 2020 și prin care ne propunem ca, până la finalul anului 2023, **60% din sortimentul aflat la vânzare în magazine să aibă ingredientul principal din România, să fie procesat și ambalat în țara noastră.**

La PENNY analizăm în mod constant tendințele de consum și nevoile consumatorilor, pentru a ști cu exactitate care sunt cele mai căutate categorii și cele mai dorite articole care trebuie să se regăsească în permanență pe rafturile magazinelor.

Astfel, am înțeles nevoia clienților de a pune în coșul de cumpărături cât mai multe produse din surse locale, proaspete și de bună calitate.

Promisiunea de a oferi clienților noștri cât mai multe produse fabricate în România a stat la baza inițiativei „100 de idei de business pentru România”, un demers prin care ne dorim să contribuim activ la dezvoltarea economiei locale.

Inițiativa are la bază un volum, sub forma unui ghid informativ, ce reunește 100 de idei de business, care pot fi implementate în țara noastră și care ar determina o creștere semnificativă a numărului de produse fabricate în România pe rafturile magazinelor de la noi.



Ideile de business cuprinse în volum acoperă o varietate de domenii: de la industria agroalimentară până la industria produselor de îngrijire personală sau a ambalajelor. Cu alte cuvinte, ne-am dorit să punem pe masă o serie de oportunități de dezvoltare, business-uri care există sau nu în România, cu scopul de a lansa o invitație tuturor părților care vor să se implice în dezvoltarea economiei românești.

Lansarea inițiativei „100 de idei de business” avut loc în noiembrie 2022, în Aula Magna, din cadrul Academiei de Studii Economice. Evenimentul a adus la aceeași masă jucători din economie, consilieri din mediul academic și autorități, pentru a găsi împreună soluții de dezvoltare a producției de produse 3RO.

Pe termen lung, ne dorim ca volumul „100 de idei de business” să inspire și să genereze o mișcare amplă: înțelegerea nevoii de a dezvolta producția verticală românească de la ingredientul principal până la

produsul de pe raft pentru a răspunde nevoilor consumatorilor și pentru a genera plus-valoare în țară.

La PENNY, lucrăm în continuare la îndeplinirea obiectivului 3RO. Avem alături de noi o rețea formată din peste 400 de furnizori locali și facem tot posibilul pentru a fi un partener de încredere și de durată pentru toți producătorii autohtoni cu care colaborăm.

În acest moment, peste 800 de produse 3RO își așteaptă clienții în magazinele PENNY din toată țara. Toți consumatorii care caută produse românești vor găsi la raft simbolul 3RO în dreptul produselor care se aliniază acestui obiectiv.



Analiza balanței comerciale a României

La PENNY, resimțim nevoia de a avea produse locale la raft datorită mai multor factori:

#1

Consumatorii caută produse locale (ex. proveniența este al treilea factor în preferințele de cumpărare ale consumatorilor după preț și calitate)

#2

Un lanț de aprovizionare mai scurt înseamnă produse mai proaspete

#3

Achiziția produselor 3RO de pe plan local ajută comunitățile locale (ex. crearea de locuri de muncă, dezvoltarea întreprinderilor pentru a oferi produse și servicii noi, contribuția la bugetele locale și naționale etc.)



Ultimii 10 ani

Atât valoarea exporturilor, cât și a importurilor de produse agroalimentare, au avut o creștere constantă în ultimii 10 ani, cu o valoare a importurilor de produse agroalimentare permanent superioară exporturilor (Figura 1).

Balanța comercială a României, pentru produse agroalimentare procesate, a atins 4,6 mld. euro în anul 2022.

Valoarea exporturilor de produse agroalimentare (cu excepția cerealelor) a reprezentat 8,3% din totalul exporturilor în România, cea a importurilor 9,75% din total, în timp ce deficitul comercial al produselor agroalimentare (cu excepția cerealelor) a reprezentat 13,5% din totalul deficitului comercial al României în anul 2022.

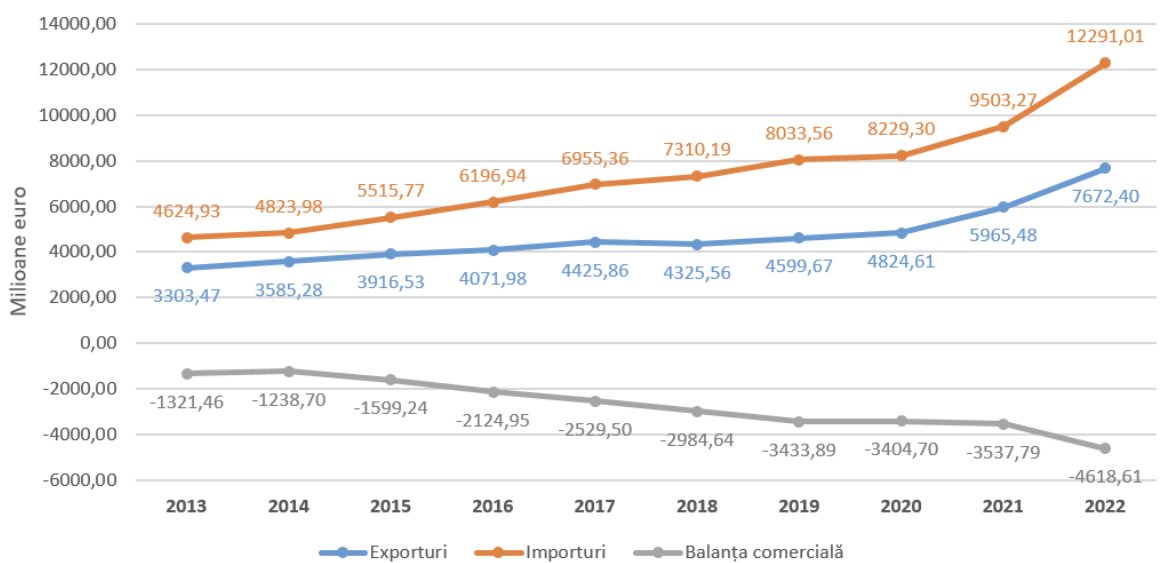


Figura 1. Evoluția exporturilor, importurilor și a balanței comerciale pentru produsele agroalimentare (cu excepția cerealelor) în perioada 2013-2022

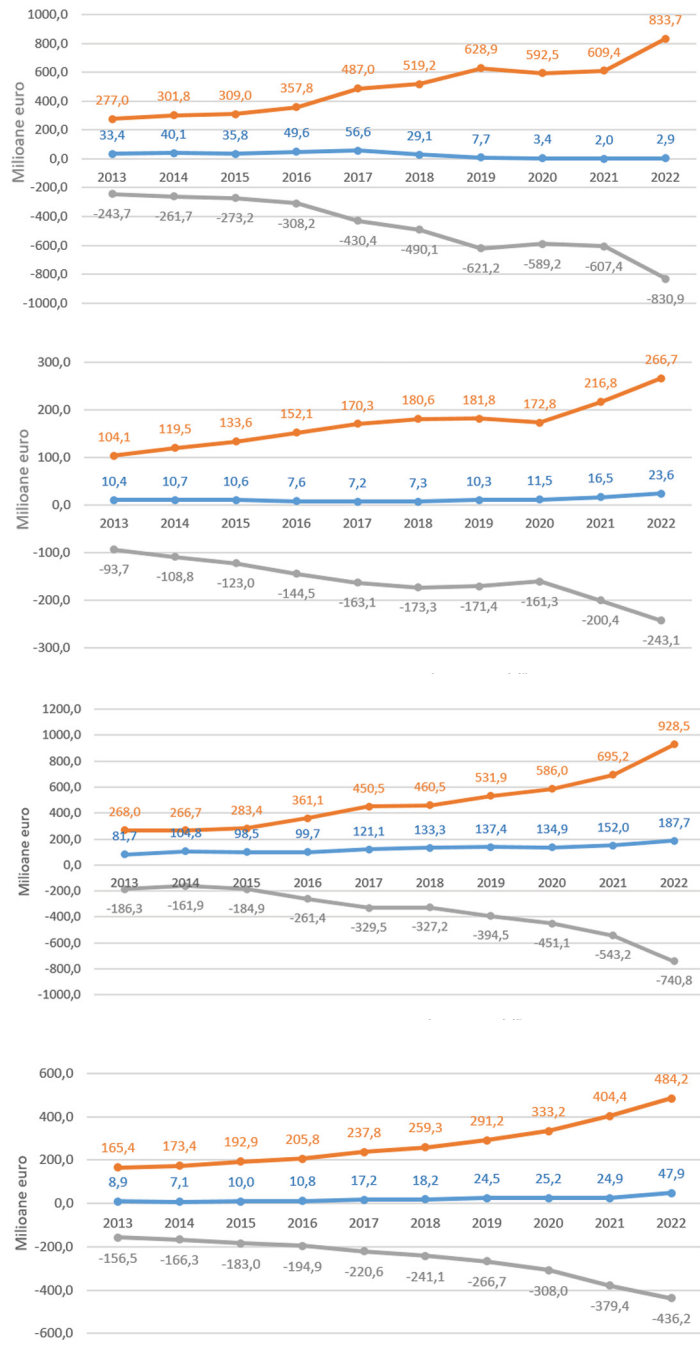
Sursa datelor:
INS

În analiza realizată de Academia de Studii Economice pentru PENNY nu a fost inclus comerțul internațional cu cereale din două considerente:

1 pentru a evita denaturarea rezultatelor ca urmare a situației conjuncturale din ultimii ani care a condus la creșterea exporturilor de cereale.

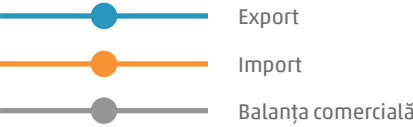
2 pentru că valoarea adăugată a acestora în economie este redusă, lipsind capacitățile de transformare a cerealelor în bunuri cu valoare adăugată mai ridicată.

Figura 2.
Evoluția comerțului internațional pentru diferite tipuri de produse

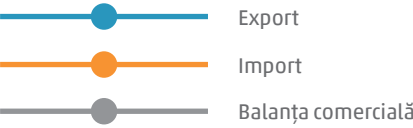


Sursa datelor:
INS

A Carne din animale din specia porcine, proaspătă, refrigerată sau congelată



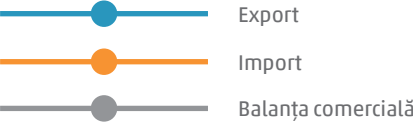
B Carne din pește



C Produse lactate și brânzeturi

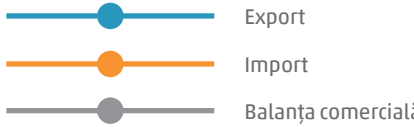


D Preparate pentru hrana animalelor de companie

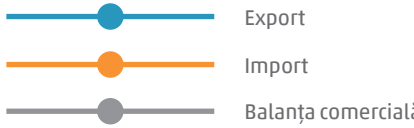


Sursa datelor:
INS

E Cultivarea, prelucrarea și conservarea fructelor și legumelor



F Produse de patiserie



G Băuturi spirtoase și bere

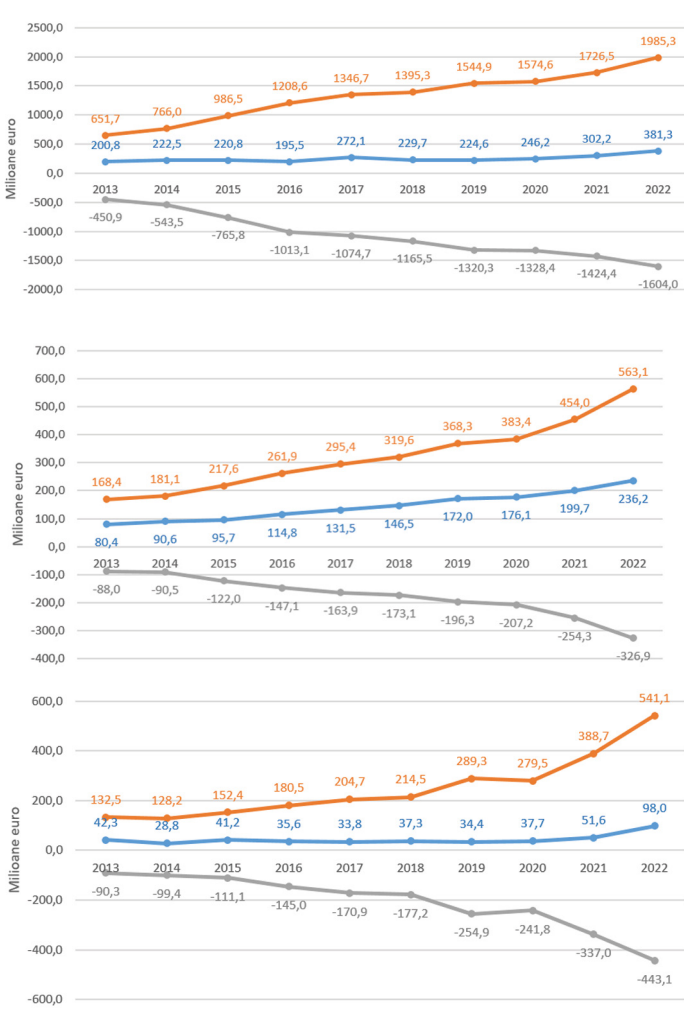
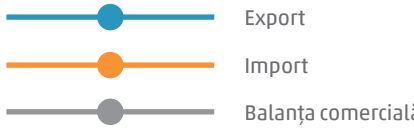
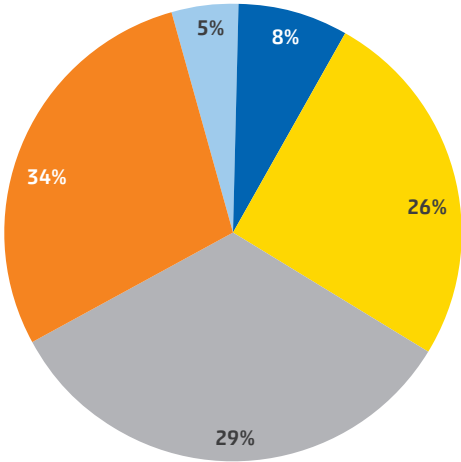
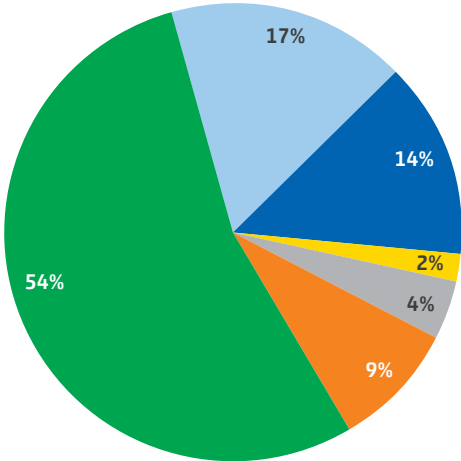


Figura 3.
Contribuția tipurilor de produse din diverse categorii la formarea deficitului în categoria respectivă



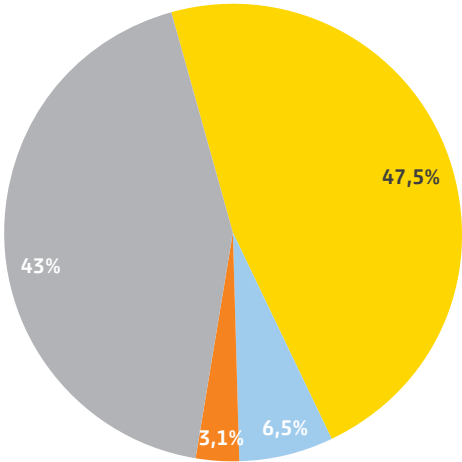
A Contribuția fiecărui tip de produs din categoria Carne de pește la formarea deficitului comercial în această categorie

- 0301 Pești vii
- 0302 Pește proaspăt sau refrigerat
- 0303 Pești congelați
- 0304 Fileuri de pește și carne de pește (chiar tocată), proaspete, refrigerate sau congelate
- 0305 Pește uscat, sărat sau în saramură, afumat etc.



B Contribuția fiecărui tip de produs din categoria Produse lactate și brânzeturi la formarea deficitului comercial în această categorie

- 0401 Lapte și smântână, neconcentrate, fără adaos de zahăr/îndulcitori
- 0402 Lapte și smântână, concentrate sau cu adaos de zahăr/îndulcitori
- 0403 Lapte acru, iaurt, chefir etc.
- 0404 Zer; produse obținute din compuși naturali ai laptelui etc.
- 0405 Unt și alte grăsimi provenind din lapte; pastă din lapte pentru tartine
- 0406 Brânză și caș



C Contribuția fiecărui tip de produs din categoria Băuturi spirtoase și bere la formarea deficitului comercial în această categorie

- 2203 Bere fabricată din malț
- 2206 Alte băuturi fermentate etc.
- 2207 Alcool etilic nedenaturat cu titru alcoolic volumic de minimum 80%; alcool etilic și alte distilate denaturate, de orice concentrație
- 2208 Alcool etilic nedenaturat cu titru alcoolic volumic sub 80%; distilate, rachiuuri, lichioruri și alte băuturi spirtoase



Cele mai mari deficite sunt înregistrate pentru categoriile:

Deficit

1



Carne și măruntaie comestibile

deficit de 0,98 mld. euro în anul 2022, de 3,8 ori mai mare decât în urmă cu 10 ani

2



Fructe comestibile

deficit de 0,73 mld. euro, de 3,34 ori mai mare decât în anul 2013

3



Lapte și produse lactate

0,72 mld. euro, de 4,85 ori mai mare decât în urmă cu 10 ani, conform INS

Doar patru categorii de produse agroalimentare (cu excepția cerealelor) înregistrează excedent. Astfel, valoarea exporturilor este mai mare decât a importurilor în cazul categoriilor:

Excedent

1



Tutun și înlocuitori de tutun

excedent de 1,1 mld. euro în anul 2022

2



Semințe și fructe oleaginoase, plante industriale sau medicinale

excedent de 0,95 mld. euro

3



Animale vii

excedent de 0,29 mld. euro

4



Grăsimi și uleiuri animale sau vegetale

excedent de 0,17 mld. euro

Mese rotunde pentru analiza mediului de business din România

Am lansat Academiei de Studii Economice provocarea de a realiza studiul **Strategii pentru echilibrarea balanței comerciale a României prin stimularea și susținerea producției naționale** în contextul în care ne-am propus ca până la sfârșitul anului 2023 să putem oferi clienților produsele certificate 3RO în proporție de minim 60%.

Pentru a ne îndeplini acest obiectiv, am început prin a identifica peste 200 de produse care fie nu se găsesc în România, fie nu sunt la calitatea și în cantitatea dorită de către consumatori.

Academia de Studii Economice a făcut un pas înainte și a împărțit produsele în funcție de codul CAEN, în vederea începerii analizei cu privire la prezența și oportunitățile de creștere a numărului de produse pe piața din România.



*În cadrul întâlnirilor s-au respectat toate principiile concurențiale, la începutul fiecărei mese rotunde precizându-se obligația participanților de a se abține de la discuții cu implicații concurențiale.



Pentru cele mai reprezentative categorii, în perioada februarie – mai 2023, au fost organizate mese rotunde la Guvernul României și la Academia de Studii Economice din București, astfel:



1 Masa rotundă pe tema industrializării
cărnii de porc și pește în România



2 Masa rotundă pe tema fabricării pro-
duselor lactate și a brânzeturilor



3 Masa rotundă pe tema fabricării pre-
paratelor pentru hrana animalelor de
companie (hrană umedă și snacks)



4 Masa rotundă pe tema fabricării de
săpunuri, detergenți, produse de
curățare și cosmetice



5 Masa rotundă pe tema cultivării,
prelucrării și conservării fructelor
și legumelor



6 Masa rotundă pe tema fabricării pro-
duselor de patiserie și a snack-urilor



7 Masa rotundă pe tema îmbutelierii
băuturilor spirtoase și a berii

La cele șapte întâlniri au participat reprezentanți ai ministerelor de resort, ai agențiilor de profil, ai asociațiilor profesionale și, evident, ai celor mai importante companii care funcționează sub codurile CAEN analizate (invitați după mărimea cifrei de afaceri).

În urma meselor rotunde au reieșit peste 100 de soluții pe care Guvernul României le poate implementa și care pot avea un impact semnificativ asupra economiei naționale. Din estimările Academiei de Studii Economice, cel puțin 25% din deficitul comercial poate fi acoperit cu măsurile propuse, iar modul de operare poate fi extins și către alte industrii provocatoare de deficit comercial.



Concluzii și recomandări pentru echilibrarea balanței comerciale a României

În șase luni de analiză a categoriilor de produse pe care consumatorii le caută la raft, echipa Academiei de Studii Economice a ajuns la concluzia **că o strategie națională coerentă poate duce la acoperirea aproape completă a deficitului comercial provocat de alimentele procesate, dar și de unele categorii de bunuri de consum** (ex. cosmetice, detergenți etc).

Carnea de porc

Deficitul comercial:

Carnea de porc contribuie cu un deficit de 830 milioane de euro la deficitul României.



Recomandări:

- Introducerea unor reglementări legislative care să limiteze creșterea porcilor în gospodării doar în scopul autoconsumului;
- Adoptarea unor măsuri coercitive mult mai drastice pentru comercializarea porcilor în târguri;
- Crearea unui raft separat cu eticheta Produs în România și implementarea unei scheme de calitate - labeling (reglementată național);
- Absorbția de fonduri europene pentru infrastructură, pentru integrarea pe verticală și eficientizarea costurilor (mai ales în energie);
- Crearea unui parteneriat privat-privat cu marii fermieri pentru micile gospodării care au 1-2 porci care să fie susținuți prin programe de sprijin – subvenții; integrarea fermierilor în marile lanțuri de aprovizionare ale marilor fermieri;
- Linii speciale de creditare la IMM Invest pentru asigurarea capitalului de lucru în industrie.

Carnea de pește

Măsura principală:

În ceea ce privește industria pisciculturii, cea mai importantă măsură poate fi acordarea de subvenții pe suprafață și capacitate dovedită de producție, sub forma unui ajutor de stat și subvenții naționale (pe modelul celor din Polonia, Cehia, Ungaria).



Lapte și brânzeturi

Deficitul comercial:

Industria laptelui și a brânzeturilor are o contribuție negativă, de aproximativ 400 de milioane de euro, la deficitul comercial.



Recomandări:

- Îmbunătățirea procedurii de cadastrare a terenurilor prin vectorizare (simplificat pentru cadastru provizoriu) și creșterea fondurilor necesare;
- Accesul la resurse (apă în mod special), deci realizarea unui sistem de irigații mai eficient;
- Investiții în forarea de puțuri pentru stabilitate și acces constant la resurse de apă;
- Înființarea unei cooperative care poate duce la volume mari de producție și viziune pe termen lung.

Recomandări:

- Sprijinirea unor investiții prin re tehnologizare;
- Reintroducerea proteinei în produsul finit;
- Acoperirea deficitului de lapte prin creșterea efectivului de bovine cu aproximativ 150.000 de capete în ferme re tehnologizate;
- Uniformizarea sistemelor instituțiilor care centralizează și raportează date privind producția de lapte;
- Finanțarea înființării de fabrici de lapte praf;
- Introducerea unui instrument financiar doar pentru industria procesatoare de produse lactate;
- Eficientizarea managementului de acordare a subvențiilor, creșterea valorii subvenției acordată pe cap de bovină, care să acopere nu doar partea de procesare sau de creștere, dar și partea logistică;
- Încurajarea vânzării de către micii producători ai produselor direct către unitățile de retail;
- Îmbunătățirea colaborării între procesator, fermier și retailer, dar și modernizarea capacităților de stocare sau realizarea unor investiții în noi capacități, pentru atingerea eficienței energetice.

Hrana pentru animale de companie

Deficitul comercial:

Hrana pentru animale de companie contribuie cu aproximativ 440 milioane de euro la deficitul comercial.



Legume și fructe

Deficitul comercial:

Deși industria legumelor și fructelor ar trebui să contribuie pozitiv la deficitul comercial al României, din păcate, în prezent, nu se întâmplă acest lucru.



Recomandări:

- Reintroducerea codului CAEN pentru hrana de animale de companie în lista sectoarelor eligibile pentru finanțare în viitoarea schemă de ajutor de stat de la Ministerul Finanțelor;
- Relaxarea condițiilor pentru companiile din alte sectoare care vor să își deschidă o linie și în sectorul alimentar;
- Creșterea capacităților de procesare a resturilor provenite din abatoare;
- Mai bună comunicare între patronate/asociații/firme și instituțiile statului privind măsurile care trebuie luate în sprijinirea sectorului.

Recomandări:

- Implementarea unor norme legislative care să asigure predictibilitate pe partea definirii legumelor și fructelor ca materii prime în unele industrii procesatoare;
- Acordarea de subvenții pentru partea de etichetare, transport și ambalare, ajutând astfel producătorii români să asigure prețuri competitive;
- Înființarea unor centre zonale de colectare, sortare și prelucrare;
- Sprijinirea înființării de asociații de producători care să fie funcționale;
- Crearea unui program prin care să se încurajeze cultivarea de legume în spații protejate și în câmp cu soiuri românești;
- Acordarea subvențiilor APIA și de la o suprafață minimă mai mică de 300 m²;
- Acordarea unui punctaj mai mare pentru culturile din spații protejate;
- Susținerea aprovizionării magazinelor din mediul rural cu produse locale de la micii fermieri, reducând costurile de depozitare și transport, dar și realizarea de contracte multianuale între producători și retaileri.

Produse de curățenie și produse cosmetice

Deficitul comercial:

Produsele de curățenie, săpunurile și cosmeticele sunt parte a industriei chimice, sector care contribuie semnificativ la deficitul comercial.



Recomandări:

- Reintroducerea în școlile tehnice a specializărilor în domeniul chimic;
- Modernizarea infrastructurii de transport (rutieră, navală, feroviară);
- Încurajarea investițiilor prin predictibilitate legislativă pe termen lung (mai ales prin predictibilitate fiscală);
- Elaborarea rapidă de strategii privind eficiența energetică și creșterea producției industriale interne;
- Organizarea de seminarii pentru informări privind accesarea fondurilor în această industrie;
- Continuarea demersurilor privind debirocratizarea avizării activităților economice din industria petro-chimică;
- Oferirea ajutoarelor de stat pentru stimularea investițiilor străine în România sau încadrarea, din punct de vedere legislativ, anumitor produse realizate în România ca brand românesc;
- În ceea ce privește ambalajele, se recomandă introducerea unor scheme de ajutor de stat care să faciliteze investiții în infrastructura pentru depozitare, reciclare, igienizare, în puncte cheie ale țării, sau susținerea utilizării porumbului și grâului ca materie primă pentru ambalaje alternative.

Patiserie și snack-uri

Deficitul comercial:

Industria de patiserie și snack-uri are un deficit comercial de peste 320 de milioane de euro.



Recomandări:

- Dezvoltarea unor linii de finanțare pentru irigații;
- Reglementarea importurilor de zahăr provenite din culturi tratate cu neonicotinoide și limitarea importurilor de zahăr provenite din piețe care oferă diferite subvenții sau mecanisme de reducere a prețului de vânzare, realizând astfel o concurență neloială;
- Acordarea unor subvenții de la stat pentru promovarea produselor la export;
- Transpunerea legilor europene în legislația românească astfel încât să nu afecteze producătorii;
- Realizarea unei trasabilități a tuturor produselor importate;
- Regândirea criteriilor de acordare a punctajului la proiectele de finanțare, astfel încât industria alimentară și celelalte sectoare să poată atinge punctaje minime pentru criteriile de eligibilitate;
- Extinderea termenului de valabilitate a produselor de panificație neambalate;
- Conceperea unor scheme de finanțare direcționate către anumite sectoare sau subsectoare de activitate din industria de panificație;
- Lansarea unor proiecte de finanțare special destinate produselor care îndeplinesc criteriile 3RO.

Băuturi spirtoase și bere

Deficitul comercial:

Industria băuturilor spirtoase și a berii este un contribuitor net la bugetul de stat. O serie de acțiuni și măsuri luate de guvern pot îmbunătăți considerabil balanța comercială.



Recomandări:

- Apelul la legea 17/2014 privind exercitarea dreptului la preempțiune pentru a putea folosi infrastructura existentă, dar și alinierea accizei la nivelurile similare din statele vecine membre UE și adaptarea accizelor la puterea de cumpărare a consumatorilor;
- Garantarea unui canal de vânzare oficial pentru produsele distilate în gospodăriile oamenilor;
- Crearea unor comisii mixte ANAF-GARANT pentru controale în teritoriu;
- Implicarea reprezentanților vamali pentru reducerea birocrăției în procesul de obținere a timbrelor fiscale;
- Refacerea standardelor privitoare la această industrie de către cei de la Ministerul Agriculturii în colaborare cu Ministerul Sănătății;
- Realizarea unui scheme de ajutor de stat la Ministerul Economiei pentru industria băuturilor alcoolice.

concluzii.

Există multiple măsuri recomandate atât de către autorități, dar și de către asociațiile profesionale și producătorii invitați să dezbată situația actuală a industriilor în care activează. Alături de măsurile specifice fiecărei industrii, mesele rotunde au scos în evidență și câteva măsuri generale, ce pot fi implementate pentru promovarea la raft a produselor care îndeplinesc criteriile 3RO, pentru a fi identificate mai ușor de către consumatori.

Astfel, participanții au menționat alocarea unui spațiu dedicat la raft în marile rețele comerciale pentru produsele 3RO, lansarea unor proiecte de finanțare special destinate produselor care îndeplinesc criteriile 3RO, precum și crearea unei campanii de promovare și conștientizare în ceea ce privește consumul de produse 3RO.



Vocile proiectului



Marek Dolezal
Chief Operating Officer
PENNY România

În 2020, am lansat obiectivul 3RO, prin care ne propunem ca 60% din sortimentul aflat la vânzare în magazinele PENNY să aibă ingredientul principal provenit din România, să fie procesat și ambalat în România. Nu este un lucru ușor, mai ales că nu depinde doar de noi. Am inițiat acest proiect pentru a deschide o discuție mai largă despre nevoile producătorilor români, inițiativele necesare pentru creșterea producției pe anumite categorii de produse, dar și despre oportunitățile pe care statul le poate pune la dispoziția producătorilor români.

Foarte mulți colegi contribuie în cadrul PENNY la dezvoltarea proiectului 3RO – de la colegii din departamentul de Achiziții, la cei din departamentele Comunicare, Marketing sau Vânzări. Lucrăm împreună pentru a dezvolta proiectul și pentru a contribui, alături de consumatori, la o societate de 3 ori mai bună. În acest moment, peste 800 de produse disponibile în magazinele PENNY sunt semnalizate la raft cu simbolul 3RO, pentru ca toți clienții care își doresc produse mai mult decât românești, cum ne place nouă să le numim, să le găsească cât mai ușor. Credem cu tărie că fiecare pas pe care îl facem înainte – de la lista cu produse care pot fi realizate integral în România, la analiza acestor produse și a categoriilor din care fac parte, și până la stabilirea unor soluții și pași următori pentru dezvoltarea anumitor sectoare și facilități de producție, pot face doar bine economiei și societății românești.



Daniel Costache
Head of Food Buying
PENNY România



Sorin Anagnoste
Prodecan FABIZ-ASE

În prezent, țara noastră se confruntă cu un deficit al balanței comerciale provenit din agricultură și industria agroalimentară, precum și din celelalte ramuri economice. În acest context, este de apreciat inițiativa PENNY care dorește să pună la dispoziția clienților produse de proveniență, procesate și ambalate în România (TripluRO). Această campanie susține piața internă, sprijină producția națională și conduce la stimularea cererii de produse și mărfuri românești. Avantajul în desfășurarea proiectului a constat în realizarea unui dialog deschis și constructiv între societatea civilă, instituții de cercetare și învățământ, sectorul public și privat. Părțile interesate au identificat soluții în scopul dezvoltării mai multor sectoare la nivelul țării noastre. Printre propunerile identificate se numără: sprijinirea sectorului agricol și a industriei agroalimentare, promovarea sectoarelor cu o valoare adăugată ridicată, investiții în cercetare și dezvoltare în diferite sectoare economice, încurajarea IMM-urilor și a antreprenoriatului local, dezvoltarea infrastructurii și aprovizionarea din lanțurile scurte. Balanța comercială a României poate fi echilibrată prin stimularea și susținerea producției naționale, iar în urma desfășurării proiectului s-a identificat un set de strategii integrate în scopul creșterii producției interne și reducerii dependenței de importuri.

Prin organizarea meselor rotunde 3RO am conștientizat care este potențialul antreprenorial și financiar din România. Pe de-o parte, sunt industrii întregi, vechi și noi, care au în față oportunități clare de a crește, de a-și diversifica produsele și de a se moderniza. Agenda României este determinată și de ceea ce se decide la nivel european, deci nu ar trebui să fim surprinși de noile tendințe: economie circulară, lanț scurt de aprovizionare, energie verde, flotă electrică de mașini, respectarea mediului, protejarea angajaților etc. Pe de altă parte, fondurile disponibile la toate ministerele țării sunt suficiente pentru dezvoltarea afacerilor locale, ce pot deveni jucători europeni. Acum, mai mult ca niciodată, e timpul să construim.



Mihai Dinu
Lector univ.dr. Facultatea de Economie Agroalimentară și a Mediului
- ASE București



Monica Șerban
Head of Non-food Buying
PENNY România



3RO are scopul de a promova produsele fabricate în România și de a sprijini producătorii autohtoni. Am dorit să deschidem o discuție despre nevoile acestor producători, inițiativele necesare pentru dezvoltarea industriei și oportunitățile oferite de stat. Întâlnirile cu autoritățile, asociațiile profesionale și producătorii ne-au oferit informații valoroase și soluții posibile pentru progresul industriei producătoare din România.

Produsele și brandurile Farmec sunt iubite de consumatori, iar prin fabricarea lor aici dezvoltăm atât economia locală, cât și pe cea națională prin colaborările pe care le avem cu partenerii noștri de business. Susținem inițiativa 3RO, derulată de PENNY, pentru că reprezintă parte din misiunea noastră. În Farmec, muncim în fiecare zi pentru a îmbunătăți tehnologiile, facilitățile și oportunitățile din fiecare sector ca să oferim mai departe produse românești autentice și de calitate, realizate de forța de muncă locală – oameni care implicit contribuie la industriile românești.



Mircea Turdean
Director General Farmec



Radu Timiș
Președinte Grup Cris-Tim & Președinte al
Asociației Române a Cărnii



Am fost încă de la început alături de PENNY în dezvoltarea proiectului 3RO deoarece creșterea ponderii produselor locale în coșul consumatorilor reprezintă un mod prin care putem construi o economie mai puternică, mai sustenabilă și mai apropiată de valorile noastre naționale. Noi, Cris-Tim, ne dorim o disponibilitate cât mai mare a materiei prime locale care duce la stimularea investițiilor în infrastructură, tehnologie, dar mai ales contribuie la prosperitatea colectivă prin crearea de locuri de muncă în comunitățile noastre și dezvoltarea economică a regiunilor. Sprijinind producătorii locali, putem construi parteneriate solide pe termen lung care ne permit să asigurăm calitatea și continuitatea aprovizionării, fără dependența de importuri și fluctuațiile pieței internaționale.

Sunt impresionat de claritatea obiectivelor și organizarea excepțională a conferințelor aferente programului 3RO. Felicit echipa PENNY pentru viziunea pe termen lung de a crește în simbioză perfectă cu dezvoltarea sustenabilă a României. Implementarea cu succes a proiectului 3RO este vitală în acest sens, deoarece atinge toți pilonii necesari: echilibru macroeconomic (prin reducerea presiunii asupra deficitului comercial, fiscal și a inflației), prosperitatea populației (prin creșterea locurilor de muncă mai bine plătite, datorită investițiilor domestice), dezvoltarea mediului de business local (prin valoarea adăugată mai mare în producția autohtonă), protecția mediului și reducerea amprente de carbon (datorită reducerii importurilor și scurtarea lanțului logistic). Am simțit determinarea și energia enormă investite în acest proiect, de aceea cred că implementarea proiectului 3RO poate fi unul dintre pilonii de referință pentru dezvoltarea României în următorul deceniu.



Iancu Guda
Analist financiar



Julia Leferman
Director General
Asociația Berarii României



Apreciam că inițiativa colegilor noștri de la PENNY, membri activi și colaboratori dedicați, implicați în ultimii ani și în conducerea asociației, în afară de faptul că este una curajoasă, ambițioasă și solid fundamentată, este una actuală și își propune să răspundă așteptărilor autorităților, producătorilor locali, dar mai ales consumatorilor din România.

Dezbaterile care au avut loc în cadrul proiectului au așezat la aceeași masă producători, procesatori, distribuitori și comercianți – practic, toți participanții din lanțul agroalimentar, dar și reprezentanți de seamă ai autorităților, care au putut să audă în mod deschis și constructiv despre provocările cu care se confruntă acest sector vital.

Rezultatul a fost că după fiecare sesiune de dezbateri s-au creionat idei și măsuri care vor fi implementate într-o perioadă cât mai apropiată.

Am descoperit cu toții industrii care au nevoie de ajutor, de sprijin și de puțin efort ca să prospere, în beneficiul nostru, al tuturor, ca un angajament față de dezvoltarea durabilă a comunităților.

Ne bucurăm să fim una dintre vocile proiectului 3RO inițiat de PENNY, un program dedicat încurajării creșterii business-urilor românești. Industria berii din România este una eminamente națională – berea este produsă local în proporție de 97% în fabricile din țară, principalele ingrediente provin din România, iar produsele sunt ambalate local.

Suntem o industrie cu evaziune fiscală zero pe lanțul de producție, contribuind cu peste 500 de milioane de euro anual la bugetul de stat. Suplimentar, berea generează 700 milioane de euro valoare adăugată pe tot lanțul valoric, cu impact în agricultură, HoReCa, transport, depozitare și alte industrii conexe.

Ca jucător corect și transparent, avem nevoie de programe guvernamentale care să încurajeze fermierii să își extindă suprafețele cultivate cu hamei și orz de bere, astfel încât să păstrăm întregul lanț de producție în România și să generăm o creștere economică semnificativă, cu impact pozitiv asupra comunităților locale.



George Bădescu
Director Executiv al Asociației
Marilor Rețele Comerciale
din România



Sebastian Metz
Președinte AHK România



Salutăm și susținem inițiativa PENNY de a se concentra în continuare pe integrarea verticală a producției de alimente pentru consumatorii din România. Ultimii ani au arătat clar că agricultura românească trebuie să se diversifice în continuare. În prezent, aproximativ 67% din terenul agricol este utilizat pentru culturi arabile, care, în anii secetoși, cum ar fi anul 2020, și în contextul crizei actuale din Ucraina, continuă să fie foarte dependente de influențele externe și, prin urmare, rămâne dificil de planificat pentru fermieri. Astfel, situația veniturilor rămâne instabilă, iar investițiile necesare de urgență în modernizarea agriculturii, cum ar fi digitalizarea, de multe ori nu pot fi realizate.

Pe de altă parte, balanța comercială a României în domeniul agriculturii și al produselor alimentare se află într-un dezechilibru evident. După cum se știe, România este unul dintre cei mai mari exportatori europeni de produse agricole, cum ar fi porumbul boabe sau oleaginoasele. Acest lucru contrastează cu importurile foarte mari de produse alimentare destinate consumatorilor români.

Inițiativa PENNY va avea o contribuție importantă la creșterea rezilienței agriculturii românești și la asigurarea consumatorilor români cu alimente de înaltă calitate "Made in Romania".

România este un jucător agricol important în Europa și are un potențial economic enorm în întregul lanț valoric al aprovizionării cu alimente. Și noi, AHK România, dorim ca pe viitor să ne concentrăm mai mult pe industria alimentară și agricultură în cadrul activităților noastre. Vedem potențial mare, în special în contextul strategiei „De la fermă la consumator”. Vrem să contribuim activ pentru ca agricultura să fie parte a soluției pentru reducerea emisiilor de dioxid de carbon și prin aceasta să impulsivăm transformarea verde a României. De aceea, susținem proiectul TripluRO (3RO), un proiect extrem de important pentru întreaga industrie alimentară din România. Felicitări, PENNY, pentru această inițiativă!



Michael Beier
Coordonatorul grupului de lucru
pentru agricultură din cadrul AHK



**Materialul de față poate fi consultat
în format digital pe site-ul:**
<https://www.penny.ro/>
în română, engleză și germană.



Inițiat de

PENNY.