SUPERMARKET-URILE SUSȚIN PRODUCĂTORII ROMÂNI



2

Ce fac super
a susține pro



RETAIL



market-urile pentru producătorii români?

MAGAZINELE MARI pun la dispoziția clienților produse locale



Supermarket-urile, dar și toate celelalte magazine de mari dimensiuni din România oferă celor care le trec pragul o varietate foarte mare de produse. Singura problemă majoră, descoperită atât de producătorii locali, cât și de consumatorii finali, este faptul că odată cu dezvoltarea magazinelor numărul produselor autohtone este în continuă scădere.

Pe de o parte, producătorii locali sunt de părere că marile companii care manageriesc lanțurile de magazine ar trebui să le susțină activitatea prin achiziția de produse de la aceștia. Au de partea lor consumatorii, care susțin, și demonstrează prin achiziții, faptul că ar alege produsele locale în detrimentul celor importate de peste granițe. De cealaltă parte însă, cei care sunt responsabili cu achizițiile pentru supermarket-uri spun că producătorii locali nu le pot oferi marfa de care au nevoie, la cantitatea solicitată și în termene atent alese pentru a le asigura o constanță a stocurilor. Cum se poate rezolva situația?

Obligații

Parlamentarii au propus acum câteva săptămâni ca pe rafturile din supermarket-uri să existe cel puțin 51% din marfă din România. Reprezentanții marilor lanțuri de magazine spun însă faptul că lipsa asocierilor, a serelor și depozitelor speciale pentru legume și fructe sunt doar câteva dintre problemele care apar în fața unei astfel de obligații. Legea a fost adoptată de senatori, dar pentru a intra în vigoare actul legislativ trebuie să primească undă verde și de la deputați.

Dacă reprezentanții supermarket-urilor nu au primit această posibilitate cu brațele deschise, nu de aceeași părere sunt și producătorii. Aceștia spun că o astfel de oportunitate nu doar că le-ar lărgi orizontul, dar i-ar obliga să își adune forțele în organizații speciale, pentru a putea oferi cantitatea de marfă necesară, iar



Pe rafturile din supermarket-uri să existe cel puțin 51% din marfă din România

munca lor nu ar rămâne fără rezultat, întrucât vor avea siguranța că produsele se vor vinde.

Mai mult decât atât, producătorii spun că mulți dintre ei fac deja acest lucru. Marea diferență este faptul că în prezent aprovizionarea are loc exclusiv cu ajutorul intermediarilor, care nu fac nimic altceva, din punctul lor de vedere, decât să majoreze costurile de producție.

Soluții pe termen scurt de la fermieri

Chiar dacă legea va intra sau nu în vigoare, un lucru este sigur: intermediarii vor exista în continuare. În lipsa unor asociații puternice care să adune producătorii și să ofere beneficii clare pentru vânzarea directă spre marile lanțuri de magazine, intermediarii au un rol extrem de important.



Aceștia sunt cei care asigură producătorii că marfa va ajunge pe rafturi, dar și cei care oferă siguranța supermarket-urilor că vor oferi cantitatea de produse dorită, în termenul impus prin contracte.

Activări ale supermarket-urilor

Chiar dacă proiectul de lege este unul nou și pentru moment se află doar la stadiul de proiect, cei care trec constant pragul marilor magazine au resimțit schimbări majore în ultimii ani.

În primul rând, marile lanțuri de magazine au început să organizeze evenimente și târguri speciale pentru cei care vor să achiziționeze fructe și legume românești. Odată ce toate aceste activități au avut succes, în cadrul supermarketurilor au început să se organizeze și evenimente în cadrul cărora consumatorii puteau achiziționa o gamă din ce în ce mai bogată de produse românești, nu doar fructe și legume de sezon.

Lucrurile nu s-au oprit aici, astfel că în prezent cele mai multe centre comerciale au zone dedicate, deschise în orice perioadă a anului, unde clienții pot descoperi produse locale. Marcate corespunzător, atenția oamenilor este îndreptată spre acestea, iar vânzările nu au întârziat să apară.

Nici standurile nu au fost ocolite, astfel că alimentele produse în România și-au făcut

apariția din ce în ce mai des. Acestea au de cele mai multe ori ambalaje care le diferențiază față de celelalte produse, unele beneficiază chiar de poziționare specială, pentru a atrage mai ușor atenția clienților.

De la vânzare, la promovare

Oamenii încep să conștientizeze faptul că pentru a susține creșterea economiei locale este necesar să achiziționeze produse din România, atunci când acest lucru este posibil. Mai mult decât atât, fructele, legumele și conservele românești le aduc aminte clienților de gusturile copilăriei lor, iar toate acestea au condus la o nouă nișă pe care o folosesc atât producătorii, cât și reprezentanții mediului de afaceri din sectorul retailului.

Din ce în ce mai multe reclame sunt direcționate spre cei care doresc să pună în coșul de cumpărături alimente realizate de producătorii români.

Toate sunt activări speciale, care susțin producătorii români, însă până la atingerea nivelului ca peste 51% dintre produsele de pe rafturile unui magazin să fie românești este cale lungă. Singura soluție pe termen lung, spun reprezentații din domeniul agricol, este ca fermierii să se asocieze pentru a putea negocia de la egal la egal cu cei din retail. Doar așa producătorii vor putea obține un preț corect pentru marfa lor și vor putea reuși ca, în viitorul apropiat, să își poată susține micile afaceri din vânzările către marile lanțuri de magazine.





JURNALUL DE AFACERI