

PASUL 4



FORMALITĂȚI

După ce am răspuns la toate întrebările de mai sus, am produsul, știu cam cui și unde să-l vând și cum să-l prezint, urmează să văd condițiile de comercializare și legislația în vigoare. Sunt condiții diferite de comercializare dacă vând materie primă sau procesată. Le luăm pe rând:

1 Dacă vând produse neprocesate sau minim procesate (lapte, cartofi, suc de fructe etc):

În primul rând trebuie să mă înregistrez ca și producător (obțin atestatul de producător și carnetul de comercializare de la primăria unde am domiciliul și unde sunt înscris în registrul agricol cu o poziție din care rezultă că am livadă pentru fructe, teren agricol pentru legume, vaci, bivoli, oi, capre pentru a putea produce lactate). Este forma cea mai simplă de organizare/"autorizare". În felul acesta se poate vinde în piețe organizate, de acasă, și de asemenea, se poate vinde către mici magazine gen băcănii care preferă să lucreze cu mici producători.

- În carnetul de comercializare se înscriu toate produsele vegetale rezultate din culturi de câmp, culturi în spații protejate, plantații, pepiniere, pășuni și fânețe, după caz, sau toate produsele zootehnice, sericicole, apicole, conservele de fructe și/sau legume și/sau sucuri naturale, obținute din fructele și/sau legumele produse de solicitant, după caz (conform Ordinului 20/208/2015)
- Mai multe detalii: http://www.avocatnet.ro/content/articles/id_38950/De-azi-producatorii-agricoli-sunt-obligati-sa-detina-un-atestat-de-producator-Cei-care-nu-vor-avea-actul-ar-putea-primi-amenda-de-maximum-22500-lei.html
- Pentru condițiile de vânzare directă a produselor primare consultați Ordinul ANSVSA 111/2008
- În anumite cazuri, clienții pot cere buletin de analize pentru marfa cumpărată, acest buletin însă nu face obiectul controlului DSV, poate fi o cerință însă de la consumatori

2 Dacă vând produse procesate (iaurt, cârnați, pâine etc):

Pentru a putea vinde, trebuie să am o unitate de producție atestată. Asta implică să am și personalitate juridică (PFA – persoană fizică autorizată, ÎI – întreprindere individuală sau SRL – societate cu răspundere limitată), facturier și casă fiscală de marcat (mobilă). În plus, trebuie să realizez periodic analize de laborator pentru produsele obținute.

CUM SE AUTORIZEAZĂ O UNITATE DE PROCESARE?

PASUL 1: Proiectarea spațiului de procesare. Aici trebuie respectate anumite cerințe privitoare la igienă și siguranță alimentară (vestiare, spații de depozitare materii prime, depozitare produse finite, spații depozitare materiale și ambalaje, utilaje și echipamente conforme necesare procesării. etc)

PASUL 2: Autorizarea se obține în baza unei cereri de autorizare sanitar veterinară. În afara acestei autorizări pot fi necesare autorizații de mediu, de la pompieri, etc.

Editor: PROPARK Fundația pentru Arii Protejate, Brașov, februarie 2016

Publicație apărută în cadrul proiectului "DEZVOLTAREA ECONOMICĂ A ZONELOR AGRICOLE CU VALOARE NATURALĂ RIDICATĂ", proiect co-finanțat printr-un grant din partea Elveției prin intermediul contribuției elvețiene pentru Uniunea Europeană extinsă. Această publicație nu reprezintă neapărat poziția oficială a guvernului Elveției. Responsabilitatea pentru conținutul materialului aparține organizației Propark-Fundația pentru Arii protejate.

Echipa elaborare materiale: Cosmina Dinu, Istvan Szabo, Alina Alexa
Design și tipar: Afaceri Prosperere SRL

www.swiss-contribution.ro
www.propark.ro



CUM ÎMI VÂND PRODUSELE



Acest material se adresează agricultorilor care sunt interesați să obțină profit din comercializarea produselor obținute în gospodăria proprie. Ne concentrăm aici pe producția individuală doar ca și punct de pornire în discuția despre marketing. Întrebările sunt orientative, utile pentru o analiză inițială. Anumite activități se fac mai bine individual, altele prin asocieri. Fiecare producător va discerne în funcție de obiectivele și resursele de care dispune.

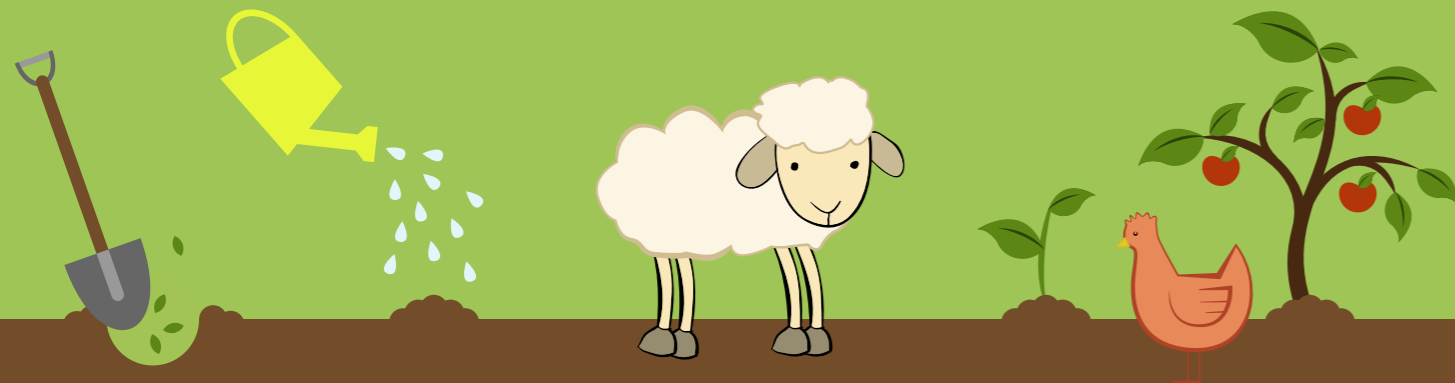
MARKETINGUL PRODUSELOR AGRICOLE

Marketingul produselor agricole presupune **identificarea nevoilor consumatorilor de orice gen și vârstă, obținerea unui profit** prin satisfacerea acestor nevoi și menținerea acestor consumatori pe termen lung. Marketingul include toate activitățile și serviciile implicate în transferul unui produs de la punctul de producție (ferma sau gospodăria țărănească) la consumator. Specific, activitățile de marketing se referă la selectarea canalului de distribuție, decizii de afaceri (investiții, achiziții, etc), ce și cum va fi produs (ex: convențional, organic, bio-dinamic sau o combinație între acestea), cum vor fi prezentate produsele și afacerea, publicitatea, promoțiile, strategia de preț, etc.

MARKETINGUL ÎNSEAMNĂ PLANIFICARE - ÎNCEPE ÎNAINTE DE ÎNSĂMÂNȚARE

Pentru a obține profit, activitatea de marketing trebuie să înceapă chiar înaintea însămânțării recoltei/demarării producției. Producătorii agricoli trebuie să ofere:

- Produse pe care consumatorii și le doresc
- În forma potrivită (proaspete, uscate, procesate...)
- La momentul potrivit din an
- În cantitățile potrivite
- La calitatea și ambalajul cerute
- În locul potrivit
- La prețul pe care consumatorii sunt dispuși să-l plătească



CULTIVĂ CE POTI VINDE.

NU TE BAZA SĂ VINZI CE AI CULTIVAT!

PASUL 1

CE VÂND? CARE ESTE PRODUSUL MEU?

Înainte să ajung să vând ceva, trebuie să-mi pun câteva întrebări:

- Ce nevoi ale consumatorilor aş putea să îndeplinesc?
- Ce produs aş putea să produc?
- Ce cantitate și calitate a produsului pot asigura? Câte kilograme, litri, saci, etc trebuie să produc? În ce perioadă a anului?
- Vând produsul proaspăt, uscat sau procesat în vreun fel (de exemplu, afumat)?
- Cum ar trebui să împachetez produsul? În saci, lădițe, cutii – din ce materiale?
- Există modalități de a-mi face produsul diferit/ mai atractiv decât al altor producători? De exemplu: solul sau climatul pot fi îndeosebi favorabile pentru un produs, fânul dintr-o zonă poate fi superior altor zone, obținându-se un lapte de calitate foarte bună, anumite practici de prelucrare a laptelui îi îmbunătățesc calitatea (tehnici de maturare a brânzei, etc)

CU CÂT SĂ VÂND?

- Prețul la care vreau să vând îmi va permite să obțin un profit?
- Ce „competitori” am? Ceilalți producători cât cer? Pot să cer mai mult sau mai puțin decât ei?
- Cât pot negocia cu intermediarii, cu en-gross-iștii sau cu lanțurile de magazine?
- Ce condiții de plată să pun? – pe loc sau la termen (după o anumită perioadă)?

CUI ȘI UNDE VÂND?

În timp ce evaluez ce pot produce, îmi imaginez cine îmi va cumpăra producția ca să văd dacă munca mea va avea căutare. Aici ajută să vorbesc cu cât mai multă lume, să mă informez și să văd dacă ce vreau să fac stărnește interes. După acest exercițiu de imaginație, mă gândesc la distribuție, la locul desfacerii:

- Cui îi voi vinde produsele? Unui grosist, unui supermarket sau direct consumatorilor?
 - Unde îmi voi vinde producția? Direct la poartă, la un centru de colectare, la piața locală sau la piața din orașul cel mai apropiat?
 - Cum îmi voi transporta produsele la locul unde vreau să le vând?
- Apoi reevaluez dacă prețul pe care mi-l doresc este potrivit pentru clienții pe care îi pot atrage.

Supermarketurile au de obicei propriile lor sisteme de distribuție și achiziționare centralizate. Multe dintre ele au însă și posibilitatea de a vinde produse locale. De întrebat la sucursala locală dacă îmi primesc produsele.

Ce așteaptă consumatorul de la produsul meu:

- un gust deosebit!
- să corespundă standardelor de igienă
- să aibă legătură cu identitatea culturală a comunităților locale
- materiile prime să provină din zonă
- să susțină ocuparea forței de muncă locale
- să fie realizate prin metode tradiționale

PASUL 3



CUM VÂND?

Publicitatea, promovarea poate crește foarte mult vânzările. Cea mai sigură și la îndemână strategie este CALITATEA și grija față de interesele clientului. Dacă vând ce consum acasă, făcut cu grijă ca pentru familia mea, clienții vor aprecia și mă vor RECOMANDA, asta fiind cea mai bună și sigură publicitate.

- Cum îmi voi face cunoscut produsul? Cum pot să identific noi clienți și să-i conving să-mi cumpere produsul?- câteva opțiuni
 - o Anunțul la poartă (banner, panou) este modalitatea cea mai accesibilă.
 - o Reclama în ziare locale,
 - o Pagină de facebook dedicată produsului, etc.
 - o Trebuie să „profit” de orice eveniment, întâlnire la care pot vorbi despre produsele mele
 - o Sau pot începe într-un sistem ASAT (agricultură sprijinită de comunitate) în care îmi găsesc un grup de consumatori care îmi cumpără producția în avans, iar eu produc doar pentru ei (detalii pe www.asatromania.ro)
- Am nevoie să-mi etichetez produsul pentru ca astfel cumpărătorul să știe ce cumpără, să-mi cunoască calitatea și termenii?
 - o Da, este obligatoriu. Etichetarea este reglementată prin Regulamentul CE nr 1169/2011. În România, Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor (ANPC) este cea care verifică aspectele legale. De asemenea, ANPC poate oferi consultanță/ consiliere privind etichetarea corectă a diferitelor produse. Info pe: www.anpc.gov.ro
- Cum pot face rost de Ștampila ecologică, eticheta, produs ecologic (montan)?
 - o Certificarea ecologică („ștampila ecologică”) se obține în urma unui proces de certificare ce se realizează cu un organism de certificare (ex. Ecocert, Ecoinspect). O listă a organismelor de certificare găsiți aici: <http://www.madr.ro/ro/agricultura-ecologica/organisme-de-inspectie-si-certificare.html>

EXEMPLU STRATEGIE DE MARKETING

PRODUS: Locuiesc într-o zonă de munte cu tradiție în pășunat. Vreau să folosesc laptele de la vacile mele rasa Mocaniță pentru a obține o brânză maturată. Știu sigur că nu mai oferă nimeni așa ceva. Și mai știu că vacile mele pasc cea mai curată iarbă, numai plante medicinale. Voi obține un produs premium.

PREȚ: Îmi fac un calcul: cât mă costă fânul, pășunatul, mulsul, munca mea, transportul la piață, ambalajele, taxele și să mai rămân și cu un profit.

PIAȚA: Stau aproape de oraș și știu că acolo sunt consumatorii mei. Oameni cu venituri medii, cu copii, aceștia sunt interesați de calitate și vor înțelege ce vând. În paralel încerc și la piață, că poate nevasta mea să stea 3 zile pe săptămână și încerc și niște discuții cu băcăniile din centru. Evident, vara când vin turiști în sat, le vând direct din curte.

PROMOVARE: În primul rând, îi zic lu’ vară-mea de la oraș să încerce prin colegii ei de muncă. Punem etichete personalizate cu povestea gospodăriei noastre. Ne facem pagină de FB (facebook) și un afiș frumos la poartă.

PONTURI:

PLANIFICĂ O RECOLTĂ LA ÎNCEPUTUL ORI SFÂRȘITUL SEZONULUI, CÂND PREȚURILE SUNT MAI MARI.

ALEGE SĂ CULTIVI UN SOI CU UN PREȚ MAI RIDICAT PE PIAȚĂ. SPRE EXEMPLU, CARTOFII ROȘII POT GENERA VENITURI MAI MARI DECÂT CARTOFII ALBI.

ALEGE SĂ CULTIVI O RECOLTĂ MAI BOGATĂ ÎN NUTRIENȚI, PRECUM LEGUMELE SAU FRUCTELE ÎN LOC DE PORUMB, PENTRU CARE POTI CERE MAI MULȚI BANI.

VINDE RECOLTA CÂND E CEL MAI AVANTAJOS, DEPOZITÂND-O PÂNĂ CRESC PREȚURILE.

ÎNCEARCĂ SĂ OBTII CEA MAI BUNĂ CALITATE LA CE CULTIVI/CREȘTI ASTFEL POTI OBTINE UN PREȚ MAI RIDICAT.