

ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI



Consolidarea producției naționale în sectoare agroalimentare strategice pentru reducerea deficitului comercial al României.

Studiu de caz: PENNY | REWE ROMANIA, Ediția 2025

Autori:

Conf. Univ. Dr. Vlad Roșca

Prof. Univ. Dr. Nicolae Istudor

Prof. Univ. Dr. Tănase Stamule

Conf. Univ. Dr. Sorin Anagnoste

Conf. Univ. Dr. Mihai Dinu

Prof. Univ. Dr. Vasile Alecsandru Strat

Prof. Univ. Dr. Nicu Marcu

Drd. Ec. Ioana-Alexandra Ciofu

Drd. Ec. Ruxandra Stanomir

Noiembrie 2025,
București

Cuprins

Introducere.....	p. 3
Deficitul comercial al României: dezechilibre structurale și vulnerabilități alimentare....	p. 5
Precizări metodologice.....	p. 6
Analiza cantitativă.....	p. 11
I. Carne.....	p. 12
II. Lactate.....	p. 30
III. Dulciuri, snacks, patiserie.....	p. 43
IV. Conserve.....	p. 52
Analiza calitativă.....	p. 63
Minută Masa rotundă – Sectorul „Carne”	p. 64
Minută Masa rotundă – Sectorul „Lactate”	p. 70
Minută Masa rotundă – Sectorul „Dulciuri, snacks și patiserie”	p. 79
Minută Masa rotundă – Sectorul „Conserve din legume și fructe”	p. 88
Concluzii.....	p. 93

Introducere

Acest studiu, aflat la a doua ediție, a venit ca o nevoie atât din partea mediului de afaceri, cât și a Guvernului, pentru a analiza deficitul de balanță comercială al României. Dacă primul studiu, realizat în anul 2022, a vizat șapte industrii strategice în care România aduna deficit comercial, iată că, după trei ani, au mai rămas patru (carnea; lactatele; dulciurile, snacks-urile, panificația și patiseria; conservele), întrucât, în cazul preparatelor pentru hrana animalelor de companie (hrană umedă și snacks) și al fabricării de săpunuri, detergenți, produse de curățare și cosmetice, întâlnirile de atunci cu industria și măsurile propuse în urma lor au contribuit la reducerea deficitului comercial. Raportul de față prezintă o analiză a dezechilibrelor comerciale din aceste sectoare, cu un accent pus pe modificările înregistrate în ultimii trei ani scurși de la realizarea studiului precedent.

Raportul constă din două părți, corelate între ele: în prima parte realizăm o interpretare statistică pe baza datelor publice din baza Institutului Național de Statistică, iar în cea de-a doua parte urmează o analiză a discuțiilor purtate la mesele rotunde, cu procesatorii din industrie și cu reprezentanți ai instituțiilor publice implicate în domeniu. Analiza dezechilibrelor comerciale este corelată cu rolul și impactul programului 3RO inițiat de PENNY | REWE ROMANIA.

Proiectul, realizat de PENNY | REWE ROMANIA în parteneriat cu Academia de Studii Economice din București, are ca scop identificarea direcțiilor strategice de consolidare a producției naționale și de reducere a deficitului comercial prin dezvoltarea lanțurilor valorice locale. Analiza combină date statistice detaliate, studii pe coduri NC și concluziile celor patru mese rotunde dedicate sectoarelor carne, lactate, dulciuri/snacks/patiserie și conserve de legume și fructe.

De mai bine de un deceniu, România înregistrează un deficit comercial agroalimentar persistent, accentuat de dependența de importuri în sectoare esențiale. În timp ce cererea internă pentru produse locale a crescut constant, oferta internă rămâne limitată din cauza slabei integrări a lanțurilor de producție, a fragmentării exploatațiilor agricole și a nivelului scăzut de tehnologizare care determină randamente scăzute în sectorul agroalimentar.

Programul 3RO, lansat de PENNY | REWE ROMANIA în anul 2020 și comunicat intens din 2022, propune un model integrat prin care valoarea adăugată generată de producția alimentară să rămână în România – de la ingredientul principal, la procesare, ambalare și comercializare. În anul 2025, ponderea produselor 3RO în portofoliul PENNY | REWE ROMANIA a ajuns la 58%, în timp ce peste 68% dintre articolele vândute sunt „produse românești”, însă nu toate respectă criteriile de producție integral locală.

Produsele provenite, procesate și ambalate în România înseamnă:

- o economie circulară care să genereze mai multă valoare pentru țară;
- un cost mai mic pentru transport grație proximității;
- mai multă grijă pentru mediul înconjurător.

Dacă, pe de-o parte, PENNY | REWE ROMANIA, ca operator privat, a identificat o dorință tot mai mare a clienților de a consuma produse românești, pe de altă parte, Guvernul României caută soluții concrete pentru a diminua deficitul comercial al țării.

Datele statistice aferente perioadei 2013-2024 arată tendințe structurale de adâncire a deficitelor:

- România produce doar 20% din necesarul intern de carne de porc, cu un deficit de peste 1 miliard de euro anual. Indicele Grubel–Lloyd (cumulat pentru toate produsele de carne) s-a prăbușit de la 67%, cât era în anul 2013, la 46% în anul 2024, indicând trecerea la fluxuri comerciale unidirecționale (importuri).
- Brânzeturile și cașcavalurile maturate generează peste 57% din deficitul total al sectorului. Lipsa materiilor prime autohtone necesare procesării și fragmentarea sprijinului agricol mențin dependența de importuri.
- Importurile de ciocolată și produse premium domină dezechilibrele comerciale din sectorul dulciurilor.

Analiza confirmă o corelație directă între creșterea importurilor și adâncirea deficitului comercial. Pe parcursul meselor rotunde organizate la Ministerul Finanțelor între 14 și 27 octombrie 2025, au fost reliefate principalele provocări și direcții de acțiune:

- A fost subliniat subliniat rolul 3RO ca mecanism de retenție economică, reducând dependența de importuri și amprenta de carbon. Totodată, a atras atenția asupra nevoii de scalare colectivă a programului, prin implicarea întregii industrii de retail.
- A fost evidențiat faptul că, dacă toate rețelele de retail ar atinge o pondere similară de produse 3RO, beneficiile economice ar fi considerabile: crearea de locuri de muncă, creșterea PIB-ului și consolidarea lanțului valoric local.
- A fost susținută necesitatea adaptării legislației, a stimulării investițiilor și a orientării subvențiilor către ferme comerciale performante.
- S-a pledat pentru parteneriate durabile cu retailerii, predictibilitate fiscală și scheme de sprijin dedicate produselor 3RO.

La finalul minutelor fiecărei mese rotunde în parte, raportul prezintă oportunități (măsuri) de dezvoltare pe termen mediu și lung ce pot fi aplicate în sectorul agroalimentar respectiv, în vederea reducerii deficitului comercial. În concluziile generale ale raportului, sunt prezentate și câteva măsuri cu aplicabilitate generală, indiferent de sector. Raportul evidențiază faptul că deficitul comercial al României în domeniul agroalimentar nu este doar o problemă de producție, ci și una de integrare și coordonare. Lipsa unei politici unitare de sprijin pentru procesatori și fermieri, combinată cu fragmentarea structurală a sistemului, perpetuează dependența de importuri. În urma meselor rotunde au reieșit idei de soluții ce pot fi implementate pentru a stimula producția de tip 3RO, pentru a reduce deficitul comercial și, implicit, pentru a tempera inflația.

Deficitul comercial al României: dezechilibre structurale și vulnerabilități alimentare

România se confruntă, în continuare, cu un deficit comercial semnificativ, cauzat, în mare parte, și de produsele agroalimentare. Cele mai recente date din iulie 2025 arată o creștere cu 10% a deficitului comercial la nivel de țară față de perioada similară a anului trecut, ajungând la 34,7 miliarde euro, echivalentul a aproximativ 9,5% din PIB. Sectoarele cu cea mai mare contribuție la adâncirea deficitului comercial sunt chimicalele (36%), bunuri manufacturate (20%), combustibili minerali și lubrifianți (16%) și produsele alimentare și animale vii (14-15%).

Aproximativ 80% din importurile alimentare din anul 2024 au provenit din state membre UE, în special din Germania, Ungaria, Polonia și Olanda¹. Tendințele care susțin acest fenomen includ: cererea tot mai mare pentru produse premium, internaționale; sezonabilitatea producției locale și limitările de depozitare; poziționarea insuficientă a brandurilor locale pe segmente de valoare ridicată.

România rămâne prinsă într-un ciclu de dependență comercială, în care importurile de bunuri finite și exporturile de materii prime diminuează competitivitatea economică. În special în segmentul alimentar, redresarea balanței comerciale depinde de crearea unui ecosistem industrial agroalimentar capabil să valorifice resursele interne, să dezvolte branduri competitive și să substituie importurile în creștere.

Această structură a deficitului evidențiază nu doar o problemă de producție, ci și una de integrare pe lanțul agroalimentar. Lipsa materiilor prime, fragmentarea producției și costurile ridicate au făcut ca inițiative precum 3RO să fie cruciale: prin stimularea procesării și valorificării interne, astfel de programe pot contribui direct la reducerea deficitului comercial și la crearea unui puternic lanț valoric național.

¹ Best Food Importers (2025). Romania Food Importers and Import Trends: Top Players and Market Specifics 2024-2025 Update. Disponibil la: <https://bestfoodimporters.com/blog/romania-food-imports-top-players-trends-and-market-specifics-2024-2025/>

Precizări metodologice

Studiul de față s-a bazat pe o metodologie mixtă (cantitativă și calitativă), cu două direcții majore de analiză:

- Analiza statistică a datelor privind balanța comercială a României în sectoare agroalimentare strategice;
- Analiza calitativă prin intermediul meselor rotunde tematice organizate cu reprezentanți ai industriei și ai instituțiilor publice.

Această abordare a permis confruntarea tendințelor macroeconomice evidențiate de datele statistice cu percepțiile și experiențele actorilor implicați direct în lanțurile valorice alimentare.

Obiectivul principal al acestui studiu a avut dublu sens: (i.) de a identifica oportunități de creștere a prezenței la raft a produselor 3RO; (ii.) de a identifica oportunități de reducere a deficitului comercial pe secțiunile NC unde România este importator major. De aceea, în vizorul acestui studiu au intrat cele cinci categorii de produse amintite anterior, grupate după Codul NC (Nomenclatura Combinată). Atât pentru PENNY | REWE ROMANIA, ca retailer, cât și pentru economia națională, în ansamblul ei, verticalizarea și scurtarea lanțurilor de aprovizionare – cu dezideratul producției 3RO – creează premise ca tot mai multe subcategorii de produse să ajungă pe lanț național de la producție, la procesare, la raft și la consum, dar, în același timp, ca efect implicit, să devină și sursă de export și, astfel, să contribuie la reducerea deficitului în două moduri: (i) prin stimularea consumului intern și, ca atare, prin reducerea dependenței de importuri la mărfurile din categorie; (ii) prin export direct.

Criteriul principal care a stat la baza clasificării a fost *natura produsului*. S-a ținut cont și de *Codul NC*, respectiv de *logica economico-comercială*, produsele fiind alocate la categoriile corespunzătoare conform clasificării internaționale standard, pentru a permite analiza economică și realizarea de comparații. Orice produs NC inclus în analiza de față poate sta la baza unui program 3RO dacă ingredientul principal provine din România, iar procesarea și ambalarea au loc în țară. De altfel, unul dintre scopurile acestui studiu este chiar identificarea de oportunități de a produce 3RO la acele produse alimentare care, momentan, nu îndeplinesc standardele pentru a fi etichetate 3RO.

Spre exemplu, în acest studiu, Conserva de carne (1602) este inclusă la CARNE și nu la CONSERVE, deoarece categoria CARNE cuprinde nu doar carnea proaspătă, ci și preparatele și conservele din carne (1601, 1602), reflectând toate formele de carne prelucrată. În cazul produselor 3RO, acestea sunt grupate după tipul de carne și gradul de procesare (de exemplu, carne proaspătă, organe, preparate și conserve). Indiferent de gradul de procesare, produsele trebuie să respecte criteriile 3RO de la producție până la raft sau, altfel spus, „din poarta fermei până în farfurie”. La CARNE, au fost excluse din analiză, din cauza seriilor incomplete de date, categoriile 1603 (*Extracte și sucuri de carne, de pești sau de crustacee, de moluște sau de alte nevertebrate acvatice*) și 0308 (*Nevertebrate acvatice, altele decât crustaceele și moluștele, vii, proaspete, refrigerate, congelate, uscate, sărate sau în saramură; nevertebrate acvatice afumate, altele decât crustaceele și moluștele, atât fierte, cât și nefierte*).

CONSERVELE se referă la conservele de legume și de fructe, cu coduri NC diferite care nu includ preparatele din carne comercializate la conservă.

Pentru o înțelegere de ansamblu a situației economice, atât la CARNE, cât și la LACTATE, au fost luate în calcul deopotrivă produsele proaspete, cât și cele procesate. La LACTATE, au fost grupate toate produsele în curs de utilizare alimentară, inclusiv lapte, unt, brânzeturi, indiferent de forma lor (proaspătă, condensată, fermentată).

Categoria DULCIURI, PATISERIE, SNACKS include produsele zaharoase, ciocolată, produse pe bază de cereale și preparate de patiserie, indiferent de metodele de conservare. Au fost excluse din analiză trei categorii de produse preponderent zaharoase – NC 1701 (Zahăr din trestie sau din sfeclă și zaharoză chimic pură în stare solidă); NC 1702 (Alte zaharuri, inclusiv lactoza, maltoza, glucoza și fructoza (levuloza) chimic pure în stare solidă); NC 1703 (Melase rezultate din extracția sau rafinarea zahărului) – analiza concentrându-se pe dulciurile, produsele de patiserie și snacks-urile procesate.

CONSERVE DIN LEGUME ȘI FRUCTE sunt grupate sub coduri specifice legate de metodele de conservare, diferențiindu-se clar de produsele proaspete sau uscate.

Sursa de date

Principala sursă de date brute a fost baza de date Tempo Online a Institutului Național de Statistică (INSSE), accesată în septembrie 2025. De altfel, toate tabelele și figurile din acest raport de analiză sunt ilustrații proprii realizate pe baza datelor obținute de la această sursă. Acolo unde sursele provin din alte publicații, sursa de date este precizată explicit în dreptul tabelului sau a figurii. Pentru completarea datelor au mai fost folosite rapoarte interne ale PENNY | REWE ROMANIA privind evoluția produselor 3RO.

Prelucrarea datelor

Seriile statistice acoperă intervalul 2013-2024, asigurând o perspectivă longitudinală de un deceniu asupra evoluției importurilor, exporturilor și a deficitelor comerciale, dar cu accent pe ultimii trei ani, pentru a veni în completarea studiului precedent realizat de PENNY | REWE ROMANIA și Academia de Studii Economice din București în anul 2022.

Analiza statistică a folosit următorii indicatori economici:

- Valoarea exporturilor, importurilor și a deficitului comercial;
- Gradul de acoperire a importurilor prin exporturi (%);
- Raportul import/export;
- Indicele Grubel–Lloyd (GLI), pentru măsurarea intensității comerțului intraindustrial;
- Ponderea fiecărei subcategorii de produs în totalul deficitului comercial;
- Ratele de modificare anuală (an/an) pentru exporturi, importuri și deficit.

Instrumentele și tehnicile de analiză utilizate au fost:

- Analiză descriptivă și tendințe de evoluție prin serii cronologice;
- Corelații și comparații inter-sectoriale între categoriile de produse;
- Analiză structurală a contribuției codurilor NC la formarea deficitului din sectorul respectiv;
- Reprezentări grafice (serii dinamice, curbe de tendință, contribuții procentuale).

Ținând cont de cele două direcții de analiză, rezultatele au fost interpretate din două perspective: macro-economică (cantitativă, pentru a obține o imagine de ansamblu la nivel de țară) și micro-economică (calitativă, sectorială, pentru a înțelege mai bine specificul fiecărui sector agro-alimentar în parte).

Mesele rotunde

În ceea ce privește instrumentul de cercetare calitativă, mesele rotunde, acestea au fost moderate pe baza unor întrebări ce vizau conceptul 3RO.

În cadrul întâlnirilor organizate la Ministerul Finanțelor s-a respectat Regula „*Chatham House*”, un principiu pentru discuții deschise care prevede că, deși participanții pot folosi informațiile dintr-o întâlnire, aceștia nu trebuie să dezvăluie identitatea sau afilierea vorbitorului.

La întâlniri au participat procesatori din industria agroalimentară și furnizori ai PENNY | REWE ROMANIA, reprezentanți ai ministerelor de resort, ai agențiilor de profil etc. Lista completă a participanților, cu afilierile lor profesionale, poate fi consultată la începutul fiecărei dintre cele patru minute ale meselor rotunde, cuprinse în acest raport.

Categorii de produse incluse în studiu după Codul NC (Nomenclatura Combinată) au fost:

I. CARNE

1601 – Cârnați, cârnăciori, salamuri și produse similare, din carne, din organe sau din sânge; preparate alimentare pe baza acestor produse

1602 – Alte preparate și conserve din carne, din organe sau din sânge

1604 – Preparate și conserve din pește; caviar și înlocuitorii săi preparați din icre de pește

1605 – Crustacee, moluște și alte nevertebrate acvatice, preparate sau conservate

0201 – Carne de animale din specia bovină, proaspătă sau refrigerată

0202 – Carne de animale din specia bovină, congelată

- 0203 – Carne de animale din specia porcină, proaspătă, refrigerată sau congelată
- 0204 – Carne de animale din speciile ovină sau caprină, proaspătă, refrigerată sau congelată
- 0205 – Carne de cal, măgar, catâr, proaspătă, refrigerată, congelată
- 0206 – Organe comestibile de animale din speciile bovină, porcină, ovină, caprină, cai, de măgari sau de catâri, proaspete, refrigerate sau congelate
- 0207 – Carne și organe comestibile proaspete, refrigerate sau congelate de păsări de la poziția 0105
- 0208 – Altă carne și organe comestibile, proaspete, refrigerate sau congelate
- 0209 – Slănină fără părți slabe, grăsime de porc și de pasăre, netopite și nici altfel extrase, proaspete, refrigerate, congelate, sărate sau în saramură, uscate sau afumate
- 0210 – Carne și organe comestibile, sărate sau în saramură, uscate sau afumate; făină și pudră comestibile de carne sau de organe
- 0302 – Pește proaspăt sau refrigerat, cu excepția fileului de pește și a cărnii de pește de la poziția 0304
- 0303 – Pești congelați, cu excepția fileurilor de pește și a cărnii de pește de la poziția 0304
- 0304 – Fileuri de pește și carne de pește (chiar tocată), proaspete, refrigerate sau congelate
- 0305 – Pește uscat, sărat sau în saramură; pește afumat, chiar fiert înainte sau în timpul afumării; făină, pudră și aglomerate sub formă de pelete de pește, proprii alimentației umane
- 0306 – Crustacee, chiar decorticate, vii, proaspete, refrigerate, congelate, uscate, sărate sau în saramură
- 0307 – Moluște, chiar separate de cochilie, vii, proaspete, refrigerate, congelate, uscate, sărate sau în saramură

II. LACTATE

- 0401 – Lapte și smântână, necondiționate; nefermentate, fără adaos de zahăr sau alți îndulcitori
- 0402 – Lapte și smântână, condensate sau cu adaos de zahăr/îndulcitori
- 0403 – Lapte bătut, iaurt, chefir și alte lapte sau smântână fermentate sau acrite
- 0404 – Zer și lapte sau smântână modificată (de exemplu, lapte praf); lapte praf, îndulcit sau neîndulcit
- 0405 – Unt și alte grăsimi obținute din lapte; pastă de unt
- 0406 – Brânzeturi și cașcavaluri

III. DULCIURI, PATISERIE, SNACKS

1704 – Produse zaharoase, fără cacao (inclusiv ciocolata albă)

1806 – Ciocolată și alte preparate alimentare care conțin cacao

1904 – Produse pe bază de cereale obținute prin expandare sau prăjire (de exemplu, corn flakes); cereale (altele decât porumbul) sub formă de boabe sau sub formă de fulgi ori de alte grăunțe preparate

1905 – Produse de brutărie, de patiserie și biscuiți chiar cu adaos de cacao; hostii, casete goale de tipul celor utilizate pentru medicamente, prescuri, paste uscate din făină, din amidon sau din fecule în foi și produse similare

2006 – Legume, fructe, coji de fructe și alte părți de plante, confiate (uscate, glazurate sau cristalizate)

2007 – Dulcețuri, jeleuri, marmelade, paste și piureuri de fructe, obținute prin fierbere, cu sau fără adaos de zahăr sau de alți îndulcitori

2105 – Înghețate și alte produse similare sub formă de înghețată, comestibile, cu sau fără cacao

V. CONSERVE DIN LEGUME ȘI FRUCTE

2001 – Legume, fructe și alte părți comestibile de plante, preparate sau conservate în oțet sau acid acetic

2002 – Tomate preparate sau conservate altfel decât în oțet sau acid acetic

2003 – Ciuperci și trufe, preparate sau conservate altfel decât în oțet sau acid acetic

2004 – Alte legume preparate sau conservate altfel decât în oțet sau acid acetic, congelate, altele decât produsele de la poziția 2006

2005 – Alte legume preparate sau conservate altfel decât în oțet sau acid acetic, necongelate, altele decât produsele de la poziția 2006

2008 – Fructe și alte părți comestibile de plante, altfel preparate sau conservate, cu sau fără adaos de zahăr sau de alți îndulcitori, sau de alcool, nedenumite și necuprinse în altă parte

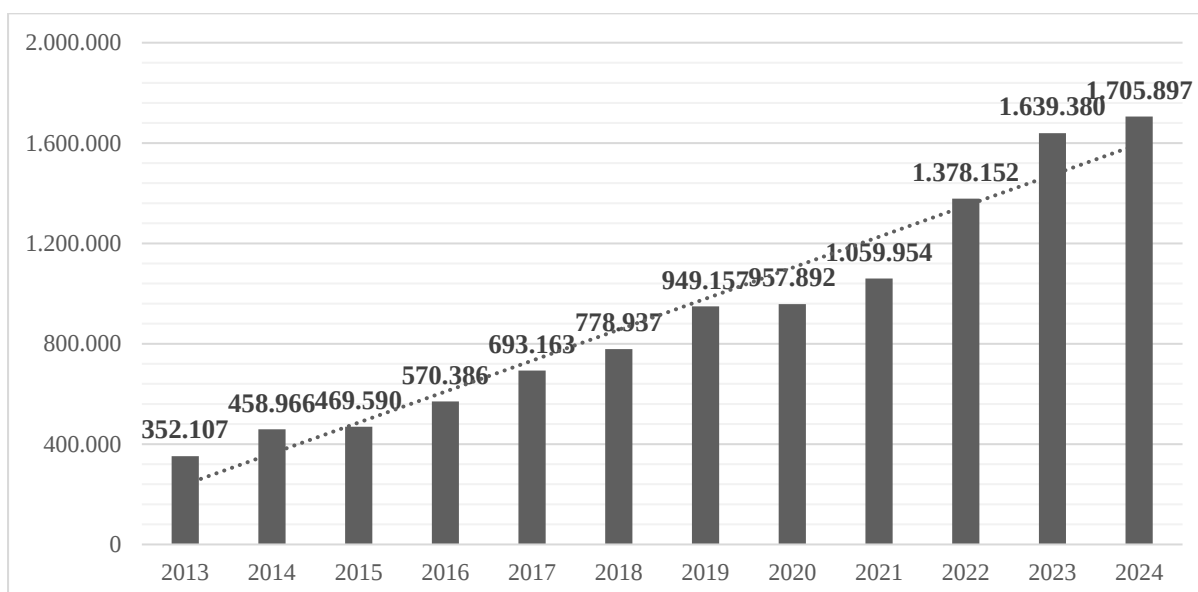
Analiza cantitativă

I. Carne

Deficitul comercial al României pentru categoria produselor din carne a înregistrat o tendință ascendentă continuă în ultimul deceniu (Figura I.1), transformându-se într-un dezechilibru structural al balanței comerciale. De la un nivel de 352 milioane euro în 2013, aproape egal cu volumul exporturilor din acel an, deficitul a ajuns la 1,7 miliarde euro în 2024, fiind de 2,4 ori mai mare decât exporturile și reprezentând aproximativ 70% din valoarea importurilor. Creșterea exporturilor, deși constantă – de la 353 milioane euro la 724 milioane euro –, nu a reușit să țină pasul cu dinamica importurilor, care au urcat de peste 3,4 ori în aceeași perioadă (de la 706 milioane euro la 2,43 miliarde euro). În consecință, raportul import–export s-a deteriorat treptat, iar gradul de acoperire a importurilor prin exporturi a coborât de la 50% la 30%. După 2020, deficitul comercial s-a accentuat accelerat, depășind pragul de 1 miliard de euro în 2021 și atingând un maxim istoric în 2023-2024, când importurile au trecut constant de 2 miliarde de euro. Deși anul 2024 aduce o ușoară îmbunătățire, dezechilibrul rămâne major, confirmând dependența structurală a României de importurile de carne și vulnerabilitatea sectorului în fața presiunilor externe și a șocurilor de piață. Cea mai mare provocare, însă, și, de altfel, problema care generează acest deficit uriaș la carne este pesta porcină africană.

Per ansamblu, în anul 2024, 63% din deficitul comercial la carne a provenit de la carnea de porc și 24% de la pește. Deficitul comercial al produselor de carne a crescut constant pe parcursul celor 11 ani analizați, de la 352 mil. €, cât era în anul 2013, până la 1,7 miliarde € la finalul anului 2024. Pe de-o parte, exporturile au pornit de la 353 mil. € în anul 2013 și au ajuns la 724 mil. € în anul 2024, aproape o dublare. Însă, importurile au crescut cu un ritm mai rapid: o diferență de peste 3,4 ori de la nivelul anului 2013 (706 mil. €) la cel al anului 2024 (2,43 mld. €). În anul 2013, deficitul era de 352 mil. €, aproape egal cu exporturile totale. Deficitul crește continuu, sărind pragul de 1 miliard de euro în anul 2021 (Tabelul I.1). În 2024, deficitul se ridică la 1,71 miliarde €, fiind de 2,4 ori mai mare decât exporturile și reprezentând aproximativ 70% din valoarea importurilor. În 2019, deficitul a crescut cu 22% față de anul anterior, creșterea accelerată putând fi pusă pe seama pestei porcine africane. De altfel, de-a lungul perioadei analizate, deficitul cauzat de produsele din carne a însemnat aproximativ 4%-6% din deficitul comercial total al României.

Figura I.1: Tendința și valorile (€) deficitului comercial pentru produsele din carne



Tabelul I.1: Deficitul comercial pentru categoria produselor din carne

	(mil. euro)	(mil. euro)	(mil. euro)	%	%
Anul	Exporturi	Importuri	Deficit	Modificare deficit (an/an)	Grad de acoperire exporturi/importuri
2013	353,485	705,592	352,107		50,10
2014	341,543	800,509	458,966	30,35	42,67
2015	387,156	856,746	469,590	2,31	45,19
2016	394,580	964,966	570,386	21,46	40,89
2017	446,015	1.139,178	693,163	21,53	39,15
2018	453,863	1.232,800	778,937	12,37	36,82
2019	440,688	1.389,845	949,157	21,85	31,71
2020	410,846	1.368,738	957,892	0,92	30,02
2021	473,103	1.533,057	1.059,954	10,65	30,86
2022	614,716	1.992,868	1.378,152	30,02	30,85
2023	632,605	2.271,985	1.639,380	18,95	27,84
2024	723,705	2.429,602	1.705,897	4,06	29,79

Se observă un deficit comercial persistent și în urcare continuă, cu nici măcar un singur an de scădere. Există doar câteva momente de relaxare a creșterii, cum ar fi în anul 2020 (+0,9% față de 2019), când criza generată de pandemia de Covid-19 a încetinit comerțul și, implicit, deficitul (exporturile au scăzut atunci cu 6,8%, iar importurile au scăzut și ele cu 1,5%), sau anii 2015 (+2,31%) sau 2024 (+4,06%). În rest, dintr-un deceniu întreg, în șapte dintre ani s-au înregistrat creșteri cu cifre duble ale deficitului față de anul anterior. Dacă în anul 2013 exporturile aveau un grad de acoperire de 50% din importuri, până în anul 2024 raportul a scăzut la 30%, semn al unei tendințe de dezechilibru structural. Practic, în anul 2024, 1€ venitul

obținut din export acoperea doar 0,30 € din import. Datele pentru seria de ani 2013-2024 arată că fiecare +1% la importuri se asociază cu aproximativ +1,08% la deficit.

O privire asupra Indicelui Grubel-Lloyd (GLI) relevă că acesta a scăzut de la 67% în anul 2013 la 46% în anul 2024 (Tabelul I.2), ceea ce denotă că sectorul s-a deplasat de la schimburi bidirecționale către fluxuri unidirecționale de import, acest lucru nefăcând altceva decât să adâncească dezechilibrul.

Tabelul I.2: Indicele Grubel-Lloyd (GLI) și ponderea deficitului în comerțul total pentru categoria produselor din carne

Anul	Indicele Grubel-Lloyd (GLI)	Pondere deficit în comerț total
2013	67%	33%
2014	60%	40%
2015	62%	38%
2016	58%	42%
2017	56%	44%
2018	54%	46%
2019	48%	52%
2020	46%	54%
2021	47%	53%
2022	47%	53%
2023	44%	56%
2024	46%	54%

Luând în considerare perioada 2013-2024, creșterea medie pe an la export a fost de 7,2%, la import de 12,1%, iar la deficit de aproximativ 16%. Abaterea standard (σ) este de aproximativ 10,0 puncte procentuale, ceea ce înseamnă că ritmul de creștere al deficitului variază puternic în jurul mediei modificării anuale, de la ani aproape „stabili” (cum ar fi anul 2020, cu +0,9%) la ani în care deficitul a explodat (exemplul anilor 2014 și 2022, cu +30%). Raportul import/export a depășit pragul de 1 la 3 în anul 2019, de atunci menținându-se în jurul a trei euro importuri la un euro export. Ponderea deficitului în comerțul total crește de la 33% în anul 2013 la peste 50% după anul 2019, cu un prag maxim de 56% înregistrat în anul 2023, urmat de o ușoară scădere la 54% în anul 2024. Aceste cifre arată că peste 54% – adică, mai mult de jumătate din tot comerțul de carne al României – este, de fapt, deficit.

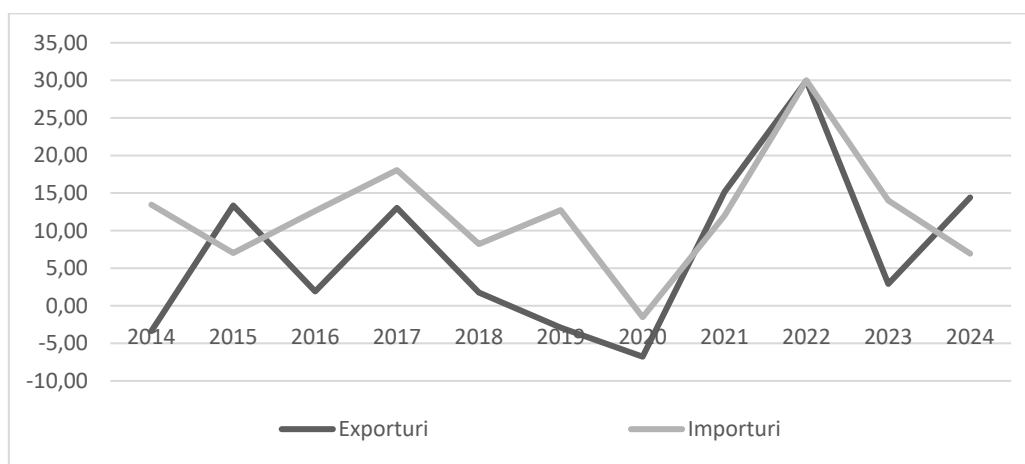
În anul 2024, exporturile cresc mai repede decât importurile (+14,4% vs. +6,9%, vezi Tabelul I.3), un fapt rar în seria de ani analizată și un mic semnal că s-ar putea contura o ușoară redresare, chiar dacă nivelul absolut al deficitului rămâne uriaș. Gradul de acoperire se îmbunătățește și el (29,8% vs. 27,8% în anul 2023), iar raportul import:export scade la rândul său ușor (3,35 vs. 3,59 în 2023). Totuși, aceste mici semnale pozitive sunt prea puțin pentru un deficit structural de 1,7 mld. €.

Tabelul I.3: Modificările procentuale ale exporturilor și ale importurilor (an/an) pentru categoria produselor din carne

Anul	Modificare exporturi (% an/an)	Modificare importuri (% an/an)
2013	/	/
2014	-3,38	13,45
2015	13,35	7,03
2016	1,92	12,63
2017	13,04	18,05
2018	1,76	8,22
2019	-2,90	12,74
2020	-6,77	-1,52
2021	15,15	12,01
2022	29,93	29,99
2023	2,91	14,01
2024	14,40	6,94

Anii 2015 și 2024 sunt singurii în care exporturile au reușit să contrabalanseze importurile. După criza de pestă porcină din anul 2017, însă, au urmat ani „negri” (2017, 2019, 2022), în care importurile au rupt echilibrul și au generat salturi majore ale deficitului. O reprezentare grafică a evoluțiilor procentuale de la an la an ale exporturilor și ale importurilor poate fi văzută în Figura I.2.

Figura I.2: Reprezentare grafică a modificărilor procentuale ale exporturilor și ale importurilor (an/an) pentru categoria produselor din carne



Anul 2022 înregistrează o adâncire semnificativă a deficitului (+30% față de 2021). Creșterea cu aproape 30% a exporturilor față de anul precedent (cea mai mare creștere de la an la an din toată seria analizată) este anihilată de o creștere tot de 30%, a importurilor. Cum nivelul importurilor era deja de trei ori mai mare decât cel al exporturilor (raport 3:1), deficitul se agravează. Urmează un an 2023 cu o creștere modestă a exporturilor (cu 2,9%), ce nu poate face față creșterii importurilor. Deși mai lentă decât în anul precedent (14% vs. 30%), aceasta din urmă continuă să existe și duce deficitul la 1,6 miliarde de euro. Anul 2024 aduce o ușoară temperare a dezechilibrului: exporturile reușesc să crească într-un ritm mai rapid decât importurile, iar ritmul de creștere a deficitului scade la doar +4%. De altfel, creșterea deficitului este decelerată de semnele de revitalizare a exporturilor din anii 2022 (+30%) și 2024 (+14%) (Tabelul I.4). Totuși, valoarea absolută a deficitului rămâne ridicată (ajungând la 1,7 miliarde €). Importurile domină structural, în anii 2023 și 2024 depășind 2 miliarde €.

Tabelul I.4: Modificarea deficitului comercial pentru produsele din carne în perioada 2022-2024

Anul	Modificare deficit (% an/an)
2022	30,02
2023	18,95
2024	4,06

I.1. Carne de porc

Carnea de porc este „cenușăreasa” deficitului la categoria carne, încheind anul 2024 cu un deficit de aproape 1,1 miliarde € (Tabelul I.6) și contribuind astfel, din plin, la dezechilibrarea balanței atât pe categoria de produs, cât și în ansamblul său.

Analiza datelor statistice privind comerțul cu carne de porc (cod NC 0203 – carne proaspătă, refrigerată sau congelată) indică o deteriorare accentuată a balanței comerciale. Dacă, pentru scurtă vreme, în perioada 2013-2017, exporturile reușiseră o creștere (chiar și moderată, de la la 33,4 mil. € la 56,6 mil. €), după 2017, tendința s-a inversat. Exporturile au scăzut constant între anii 2018 (29,1 mil. €) și 2021 (2,04 mil. €). După anul 2021 urmează o ușoară revenire a exporturilor, totuși nesemnificativă în comparație cu perioadele anterioare, ajungându-se la 4,03 mil. € exporturi în anul 2024, de zece ori mai puțin, spre exemplu, decât în anul 2014. În anul 2024, exporturile reprezentau mai puțin de 0,5% din importuri, semn al deteriorării accelerate a deficitului comercial la această categorie de produs. Exporturile s-au prăbușit de peste 14 ori între anii 2017 (56,6 mil. €, vârf) și 2024 (4,0 mil. €), cu un minim absolut de 2,9 mil. € în anul 2022.

De cealaltă parte (cu miciile excepții ale anilor 2020 și 2021, în cazul cărora se observă efectele pandemiei Covid-19) importurile au crescut constant de la un an la altul între 2013 și 2024, ajungând la un record negativ absolut în acest ultim an. Valoarea importurilor aproape că s-a dublat de la 519,2 mil. € în anul 2018 la 1,1 miliarde € în anul 2024, atrăgând, după sine, accentuarea deficitului. Între anii 2013 și 2024, puțin peste un deceniu, importurile aproape s-au cvadruplat (de la 277,0 mil. € la 1,1 miliarde €). Deficitul a crescut și el de patru ori în aceeași perioadă. Până în anul 2017, exporturile, deși mici, erau încă vizibile, reprezentând

aproximativ 12% din importuri. După anul 2018 se produce o ruptură masivă, iar după anul 2020, România nu mai reușește să acopere nici măcar 1% din importurile de carne de porc prin exporturile realizate. Importurile explodează succesiv în perioada 2021-2023. Dependența tot mai mare de piața externă pentru aprovizionarea cu carne de porc se reflectă într-un deficit comercial care, într-un singur deceniu a crescut de mai bine de patru ori (de la 243,6 mil. € în anul 2013 la 1,1 miliarde € în anul 2024 (Figura I.3).

Tabelul I.6: Deficitul comercial pentru categoria produselor din carne de porc (mil. euro)

Anul	Export	Import	Deficit	Modificarea deficitului (an/an)	Grad de acoperire exporturi/importuri
2013	33,362	277,023	243,661		12,0%
2014	40,113	301,844	261,731	7,42%	13,3%
2015	35,836	309,018	273,182	4,38%	11,6%
2016	49,560	357,775	308,215	12,82%	13,8%
2017	56,628	487,005	430,377	39,64%	11,6%
2018	29,106	519,244	490,138	13,89%	5,6%
2019	7,742	628,903	621,161	26,73%	1,2%
2020	3,355	592,538	589,183	-5,15%	0,6%
2021	2,043	609,431	607,388	3,09%	0,3%
2022	2,850	832,901	830,051	36,66%	0,3%
2023	3,525	1.061,229	1.057,704	27,43%	0,3%
2024	4,033	1.078,160	1.074,127	1,55%	0,4%

O țară în mod tradițional cunoscută pentru creșterea suinelor și pentru consumul cărnii de porc, România a devenit aproape complet dependentă de importuri din cauza pestei porcine africane, suportând o povară comercială enormă, doar la această categorie de produse deficitul depășind un miliard de euro. Gradul de acoperire al importurilor prin exporturi arată prăbușirea structurală a României în a rămâne competitivă pe piața internațională. România a trecut de la un grad de acoperire modest (aproximativ 12%-14% din importuri încă mai putea fi acoperite din valoarea importurilor până în anul 2016) la unul nesemnificativ după anul 2021 (nici măcar 0,5%), evidențiind o dependență cvasi-totală de importuri (Figura I.4).

Figura I.3: Tendința și valorile (mii €) deficitului comercial pentru produsele din carne de porc

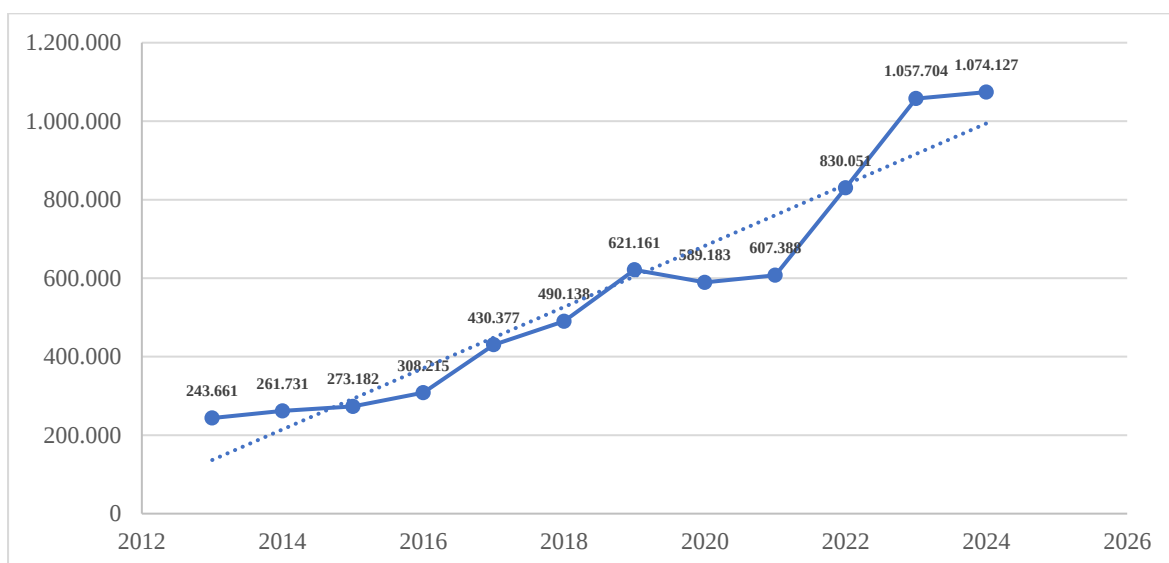
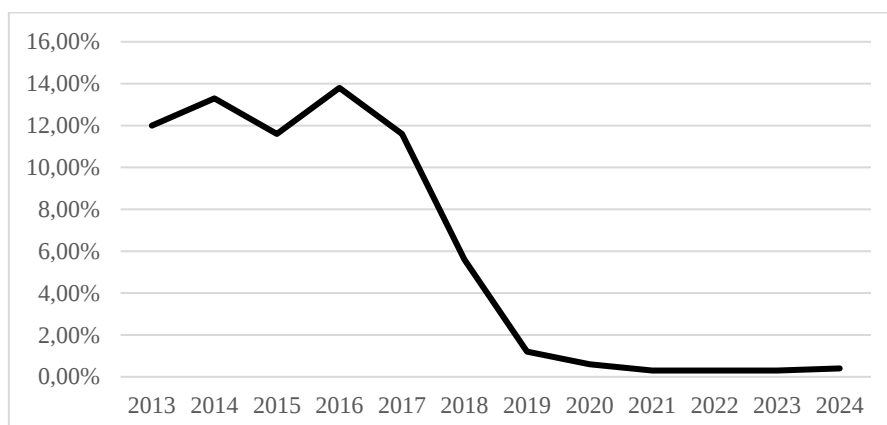
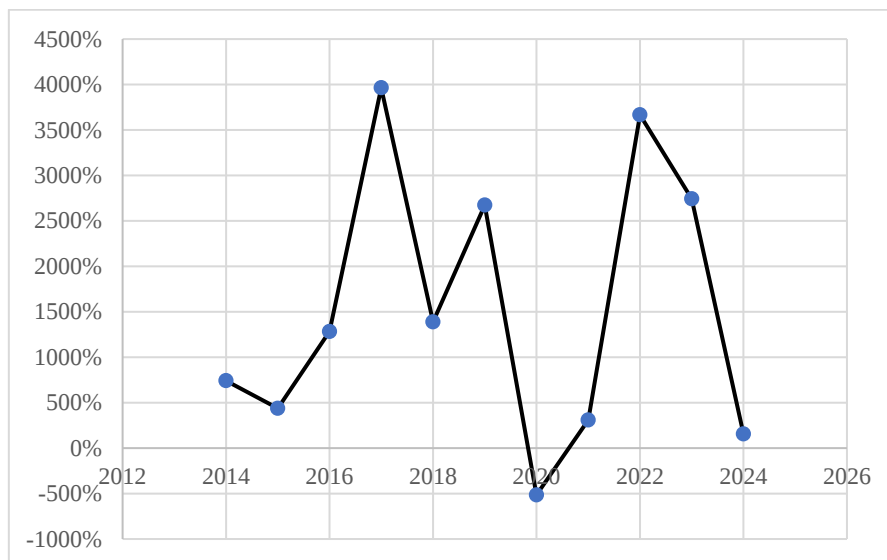


Figura I.4: Reprezentare grafică a gradului de acoperire importuri/exporturi pentru categoria produselor din carne de porc



O privire asupra modificării deficitului comercial de la un an la altul indică o volatilitate ridicată (Figura I.5).

Figura I.5: Reprezentare grafică a modificării anuale a deficitului comercial pentru categoria produselor din carne de porc



Dintre cauzele acestor fluctuații ridicate, cât și ale problemelor structurale de ansamblu, pot fi amintite:

- Pesta porcină africană din anul 2017, ce a dus la sacrificarea masivă a efectivelor și, implicit, la o scădere accentuată a producției interne și o creștere accelerată a importurilor;
- Sensibilitatea prețurilor cărnii de porc la șocurile internaționale, România resimțind-o din plin ca importator net;
- Dezechilibrele structurale interne, România fiind cel mai mare consumator de carne de porc din Uniunea Europeană (aproximativ jumătate din consumul total de carne);
- Efectele excepționale ale pandemiei de Covid-19.

Din anul 2022, exporturile de carne de porc cresc constant, dar la un volum foarte mic raportat la importuri. Cu toate că există creșteri procentuale, acestea sunt irelevante în balanța comercială în condițiile în care baza de plecare este foarte mică, iar importurile sunt chiar și de peste 30 de ori mai mari decât exporturile, neputând schimba dezechilibrul. Importurile au avut o creștere masivă în anul 2023, ceea ce a făcut ca deficitul să se amplifice puternic.

I.2. Carne de bovine

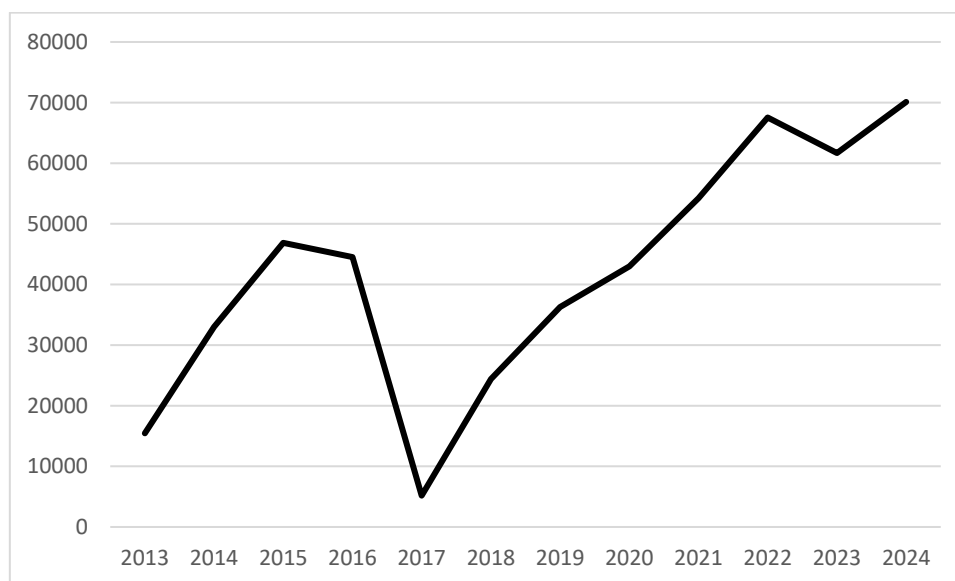
Pentru analiza deficitului comercial pe segmentul cărnii de bovine au fost luate în calcul codurile de produse NC 0201 (Carne de animale din specia bovine, proaspătă sau refrigerată) și NC 0202 (Carne de animale din specia bovine congelată). Deficitul comercial înregistrat în anul 2024 se ridică la 70,1 mil. € (Tabelul I.6), un maxim al perioadei analizate, față de 15,4 mil. € în anul 2013 (multiplicare de aproape 4,5 ori).

Tabelul I.6: Deficitul comercial pe segmentul cărnii de bovine (mil. euro)

Anul	Exporturi	Importuri	Deficit	Modificare % deficit (an/an)
2013	17,963	33,416	15,453	
2014	12,263	45,270	33,007	113,60
2015	20,093	66,953	46,860	41,97
2016	27,536	72,060	44,524	-4,99
2017	44,288	49,459	5,171	-88,39
2018	32,981	57,374	24,393	371,73
2019	23,851	60,128	36,277	48,72
2020	15,982	58,960	42,978	18,47
2021	21,319	75,542	54,223	26,16
2022	34,193	101,724	67,531	24,54
2023	27,975	89,668	61,693	-8,64
2024	43,181	113,294	70,113	13,65

Exporturile au crescut lent, de la 8 mil. € (2013) la 43 mil. € (2024) (creștere de aproape 2,5 ori în 12 ani), în timp ce importurile au crescut mult mai rapid, de la 33 mil. € la 113 mil. € pentru aceeași perioadă de referință (multiplicare de 3,4 ori). Deficitul comercial se caracterizează prin oscilații și printr-o accelerare accentuată după anul 2017 (Figura I.6). Între anii 2017 și 2024, deficitul a crescut cu o medie anuală de 56%, ajungând să se situeze în pragul celor 70 de milioane de euro în anul 2024. Între anii 2020 și 2023, deficitul comercial a avut ponderi de peste 50% din comerțul total, arătând deteriorarea structurală și la această categorie de produse, fapt confirmat și de o acoperire medie a importurilor din exporturi de aproximativ 40%. Comerțul total a crescut de aproximativ trei ori, de la 51 mil. € (2013) la 156 mil. € (2024), dar cum exporturile nu au reușit să țină ritmul importurilor, deficitul a absorbit o parte semnificativă din creștere. Anul 2017 iese în evidență: o creștere a exporturilor (+60%) coroborată cu o diminuare a importurilor (-31%), ceea ce coboară deficitul la doar 5 mil. €, însă, din păcate, s-a dovedit a fi fost doar o situație excepțională, un moment de respiro, deficitul crescând apoi fulminant. Raportul import:export înregistrează o medie anuală de 2,74 la 1, ceea ce arată că România depinde, și în acest sector, de importurile masive.

Figura I.6: Reprezentare grafică a evoluției deficitului comercial pentru categoria produselor din carne de bovine



I.3. Carne de ovine

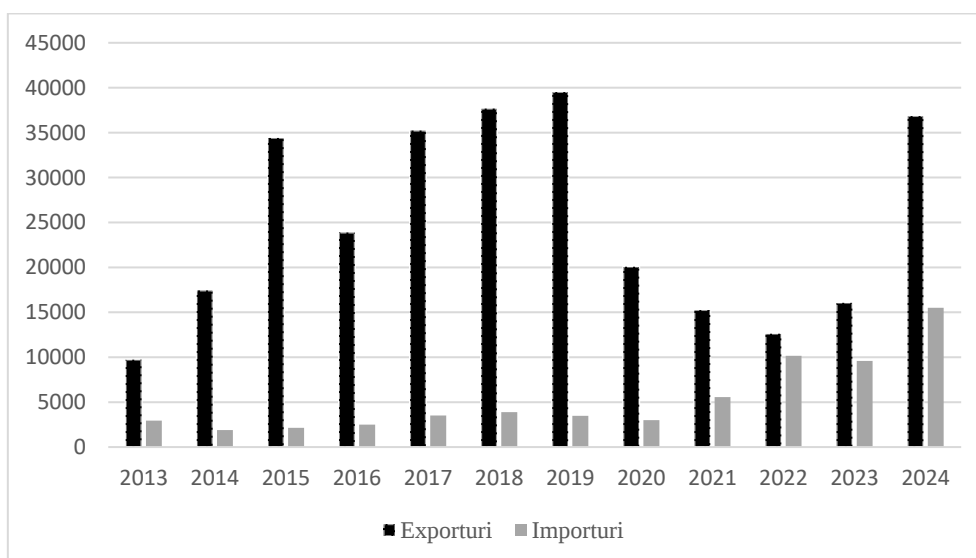
Spre deosebire de segmentele de carne de porc și de bovine, cât și spre deosebire de multe alte produse agroalimentare, care înregistrează deficit comercial structural și persistent, carnea de ovine constituie o excepție notabilă (NC 0204 - Carne de animale din speciile ovine sau caprine proaspătă, refrigerată sau congelată). Aici, balanța comercială este constant pozitivă, exporturile depășind semnificativ importurile și generând excedente (Tabelul I.7). Această particularitate scoate în evidență un avantaj competitiv al României în sectorul ovinelor, într-un context general marcat de dependență de importuri pe alte categorii de produse din carne.

Tabelul I.7: Excedent comercial pe segmentul cărnii de ovine (mil. euro)

Anul	Exporturi	Importuri	Excedent	Modificare % excedent (an/an)
2013	9,725	2,937	+6,788	
2014	17,438	1,897	+15,541	128,95
2015	34,413	2,136	+32,277	107,69
2016	23,905	2,490	+21,415	-33,65
2017	35,238	3,514	+31,724	48,14
2018	37,681	3,883	+33,798	6,54
2019	39,529	3,478	+36,051	6,67
2020	20,072	3,003	+17,069	-52,65
2021	15,260	5,568	+9,692	-43,22
2022	12,611	10,163	+2,448	-74,74
2023	16,056	9,584	+6,472	164,38
2024	36,848	15,504	+21,344	229,79

Exporturile au crescut treptat până la un maxim de 39,5 mil. €, apoi au scăzut pe fondul pandemiei de Covid-19, pentru ca în anul 2024 să ajungă din nou la nivelul anilor 2017-2018 (36,8 mil. €, ceea ce înseamnă mai mult decât dublu față de anul 2023). Pentru o lungă perioadă de timp, importurile au rămas la un nivel redus (între aproximativ 2 și 4 mil. € anual), crescând semnificativ de abia din anul 2022 (cu valori între 9,5 mil. € și 15,5 mil. €). De altfel, putem vorbi de o nouă dimensiune a importurilor după anul 2022, la un nivel nemaiîntâlnit în trecut. Chiar și așa, însă, raportul import/export se situează frecvent sub 0,2, ceea ce înseamnă că România exportă de 5-10 ori mai mult decât importă la această categorie. În anul 2019, România a înregistrat un excedent comercial record de 36,1 mil. €, impulsionat de exporturi de 39,5 mil. €, iar anul 2024 a fost încheiat cu un nou surplus consistent, de 21,3 mil. €. Excedentul a reprezentat aproape 90% din comerțul total în anii 2015, 2016 și 2017. Deși volatil (ca, de altfel, deficitul la majoritatea celorlalte categorii de produse alimentare) excedentul este ceea ce caracterizează fluxurile comerciale internaționale ale României cu carne de ovine. Figura I.7 reprezintă grafic valorile exporturilor și ale importurilor în perioada 2013-2024.

Figura I.7: Exporturile și importurile de carne de ovine în perioada 2013-2024



Trebuie menționat că România, cu 11,87 milioane de capete în anul 2024, deține a doua populație de ovine și caprine din Uniunea Europeană după Spania². Populația numeroasă asigură o bază consistentă de producție pentru piața internă și export, iar asta la costuri de producție relativ scăzute, grație pășunilor extinse. Totodată, tradițiile pastorale încă respectate asigură *savoir-faire*-ul care conferă competitivitate pe plan internațional. Cum, spre deosebire de carnea de porc, carnea de oaie sau de miel este consumată mai puțin pe piața locală – cu precădere cu ocazia sărbătorilor pascale – surplusul disponibil ia calea exportului. Principalele piețe de desfacere sunt Țările arabe, Orientul Mijlociu și Nordul Africii (Iordania, Qatar, Arabia

² Institutul Național de Statistică (INS), Comunicat de presă Nr. 119 / 15 mai 2025: „Efectivele de animale existente la 1 decembrie 2024”, disponibil la URL: <https://insse.ro/cms/ro/content/efectivele-de-animale-existente-la-1-decembrie-2024>

Saudită, Libia, Kuweit, Liban, Algeria, Maroc)³, cât și țări UE precum Grecia sau Italia. Pe lângă cantitate, trebuie spus că, în piețele amintite, originea românească se bucură și de o percepție pozitivă în rândul consumatorilor, asociată calității.

I.4. Carne de cal, măgar și catâr

Deși nu reprezintă produse tradiționale (sau, poate, tocmai de aceea), preparatele din carne de cal, măgar și catâr înregistrează și ele un excedent comercial permanent, cu România în poziție de exportator net. Pentru perioada analizată, exporturile au variat între 7 și 35 mil. € (maxim atins în anul 2022). Importurile sunt nesemnificative – de ordinul miilor sau zecilor de mii de euro anual – ceea ce permite balanței comerciale să rămână excedentară pe termen lung. Excedentul a atins un maxim de 34 mil. € în anul 2022 (Tabelul I.8). Cum consumul intern este scăzut spre aproape inexistent, aproape întreaga producție destinată abatorizării este rezervată exportului, în special spre piețe de nișă cu o anumită tradiție în consumul de carne de cal, care astfel garantează și o cerere relativ constantă (Austria, Belgia, Franța, Germania).

Tabelul I.8: Exporturile și importurile de cal, măgar și catâr în perioada 2013-2024 (mil. euro)

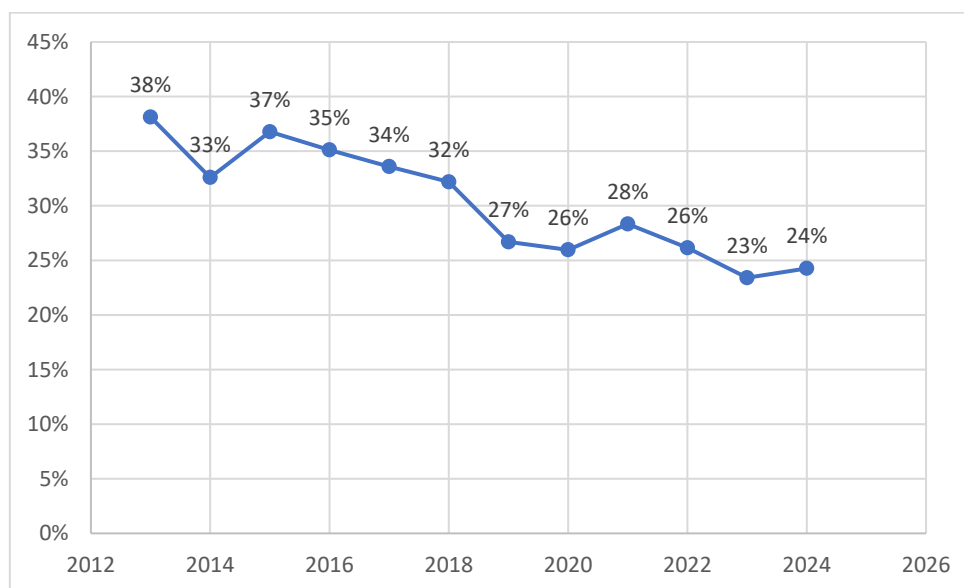
Anul	Exporturi	Importuri	Excedent	Modificare excedent (% an/an)
2013	10,587	0,218	+10369	
2014	7,371	0,057	+7314	-29,46
2015	10,131	0,087	+10044	37,33
2016	11,648	0,080	+11568	15,17
2017	17,021	0,087	+16934	46,39
2018	21,849	0,008	+21841	28,98
2019	20,803	0,004	+20799	-4,77
2020	22,794	0,005	+22789	9,57
2021	31,900	0,016	+31884	39,91
2022	35,365	1,156	+34209	7,29
2023	24,142	0,071	+24071	-29,64
2024	20,729	0,023	+20706	-13,98

I.5. Carnea din pește

După cum se poate observa în Figura I.8, contribuția cărnii din pește (categoriile NC 1604 și NC 1605, respectiv categoriile de la NC 0302 până la NC 0307 inclusiv) la deficitul comercial al întregului sector de carne se află într-o tendință de scădere, de la o pondere maximă de 38% în anul 2013 la 24% în anul 2024. Chiar și așa, carnea din pește și fructele de mare rămân al doilea contributor la formarea deficitului comercial la produsele din carne, după carnea de porc.

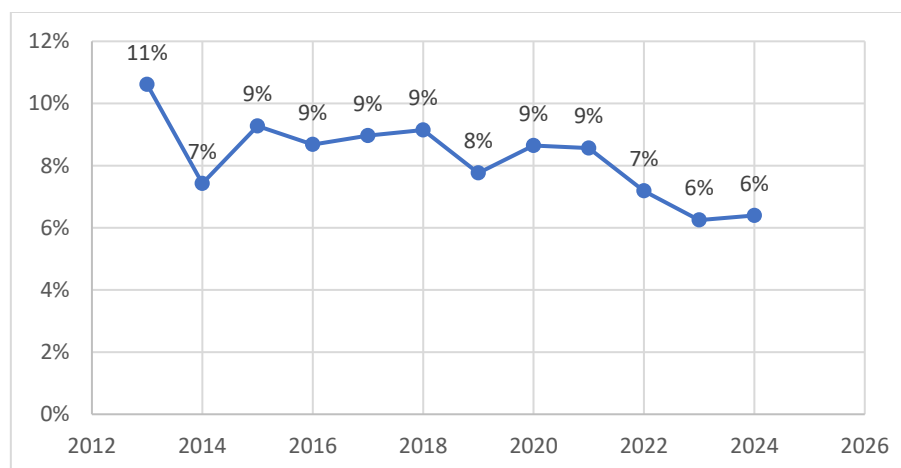
³ ANSVSA, Informare de presă din 18.03.2025: „Precizări ANSVSA privind exportul de ovine și caprine”, disponibil la URL: <https://www.ansvsa.ro/blog/precizari-ansvsa-privind-exportul-de-ovine-si-caprine/>

Figura I.8: Contribuția cărnii din pește la formarea deficitului comercial al întregului sector de carne (perioada 2013-2024)



În ultimii doi ani (2023 și 2024), 6% din contribuția cărnii din pește la formarea deficitului comercial al întregului sector de carne au provenit de la conservele de pește (NC 1604 și NC 1605), după cum se poate observa în Figura I.9.

Figura I.9: Contribuția conservelor de pește la formarea deficitului comercial al întregului sector de carne (perioada 2013-2024)



După cum se poate observa în Tabelul I.9, deficitul la conserve de pește a crescut de la 37,3 mil. € în anul 2013 la 109 mil. € în anul 2024.

Tabelul I.9: Deficitul comercial la conserve de pește (milioane euro)

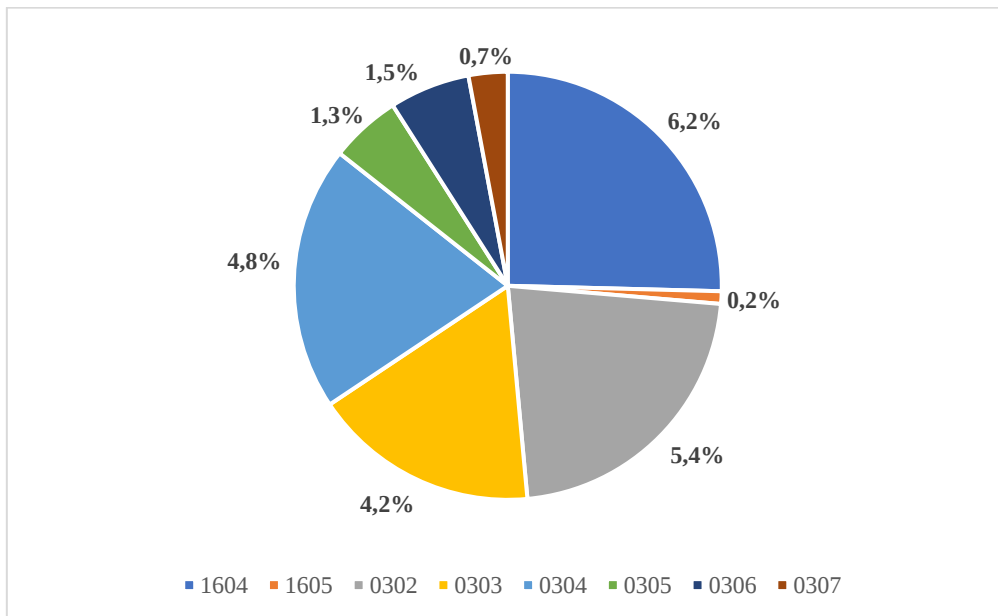
Anul	Exporturi	Importuri	Deficit Conserve Pește
2013	8.576,00	45.936,00	-37.360,00
2014	11.013,00	45.088,00	-34.075,00
2015	10.078,00	53.630,00	-43.552,00
2016	13.614,00	63.118,00	-49.504,00
2017	15.689,00	77.822,00	-62.133,00
2018	17.234,00	88.479,00	-71.245,00
2019	20.387,00	94.055,00	-73.668,00
2020	22.435,00	105.260,00	-82.825,00
2021	25.413,00	116.191,00	-90.778,00
2022	30.827,00	129.859,00	-99.032,00
2023	33.327,00	135.741,00	-102.414,00
2024	34.853,00	143.940,00	-109.087,00

Figura I.10 prezintă contribuția produselor din pește și fructe de mare la formarea deficitului comercial al întregului sector de carne în anul 2024. Aceste produse reprezintă un sfert din deficitul comercial la carne: ponderea cumulată este de 24,3%, cea mai mare contribuție având-o, cu 6,2%, preparatele și conservele din pește, caviar și înlocuitori (NC 1604), urmate de fileurile și carnea de pește (NC 0304) cu 5,4%. Cumulate, aceste două categorii înseamnă 11,6% din deficit, semn că acesta este cauzat în special de produsele prelucrate, procesate și congelate, cu valoare adăugată, pe care România le importă (cum ar fi fileuri ambalate, conserve, pește în sosuri, salate marine etc.), și nu de peștele proaspăt. La fel ca în cazul brânzeturilor fine sau al dulciurilor, vorbim de un deficit calitativ, generat de importurile de produse cu grad înalt de procesare și cu valoare adăugată ridicată.

Produsele marine de tipul crustaceelor și al moluștelor (NC 0306 și NC 0307) însumează 2,2% contribuție la deficit, un rol mai degrabă minor, dar, așa cum se vede și în Tabelul I.10, constant pe întreaga perioadă analizată (2013-2024), având în vedere că România nu are o producție semnificativă la aceste segmente de produs. Laolaltă, produsele din pește și fructe de mare și carnea de porc au însemnat 87,3% din deficitul comercial la carne în anul 2024.

Având în vedere că peștele uscat, sărat sau afumat (NC 0305) contribuie cu doar 1,3% la deficit, se poate spune că problema României nu este la produsele de pește tradiționale, ci la cele de nișă, parte a industrializării piscicole moderne.

Figura I.10: Contribuția produselor din pește și fructe de mare la formarea deficitului comercial al întregului sector de carne în anul 2024



I.6. Contribuții la alcătuirea deficitului comercial

Principala contribuție la deficitul comercial din industria cărnii o are carnea de porc (NC 0203), responsabilă pentru aproximativ 60% din deficit (Figura I.11 și Tabelul I.10). Ovinele (NC 0204) și cabalinele (NC 0205) au fost singurele segmente excedentare, reducând marginal dezechilibrul general. Restul categoriilor – în special preparatele din carne (NC 1602) și produsele piscicole (NC 0302 – NC 0305) – au amplificat deficitul, confirmând o dependență de durată față de importurile de produse alimentare procesate.

Figura I.11: Contribuția fiecărui tip de produs din carne la formarea deficitului comercial din categorie în anul 2024

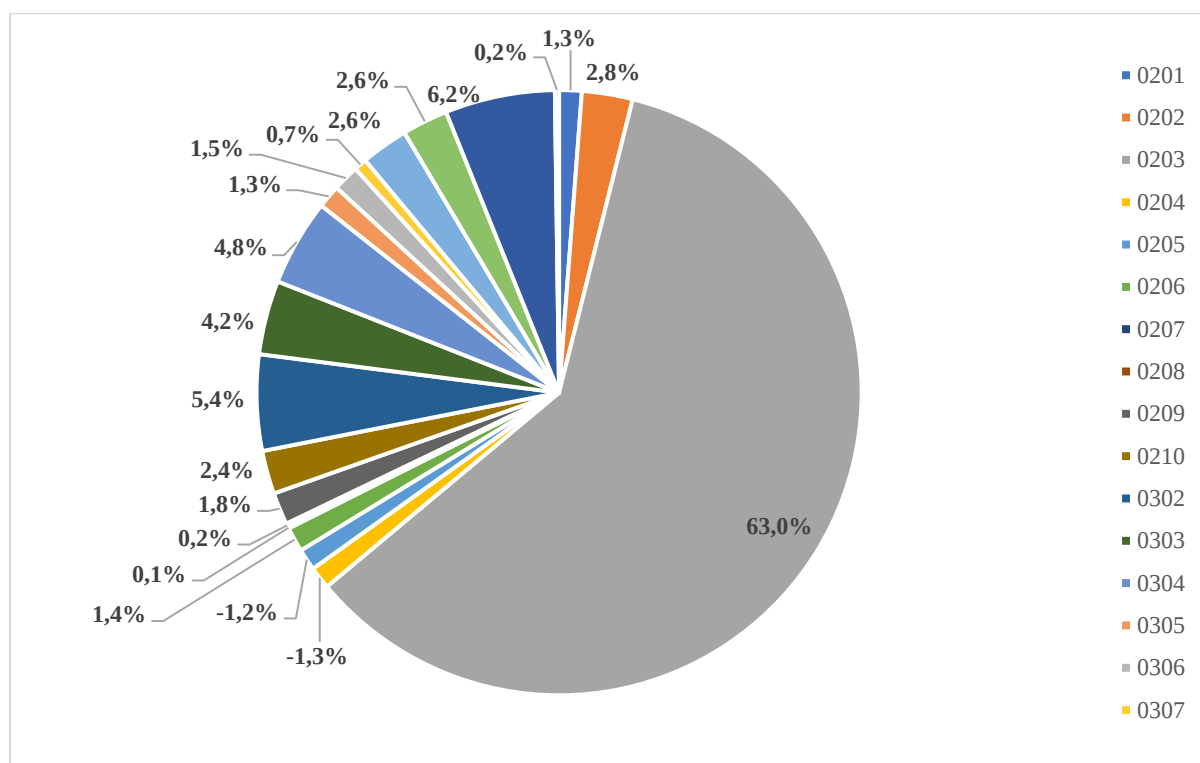
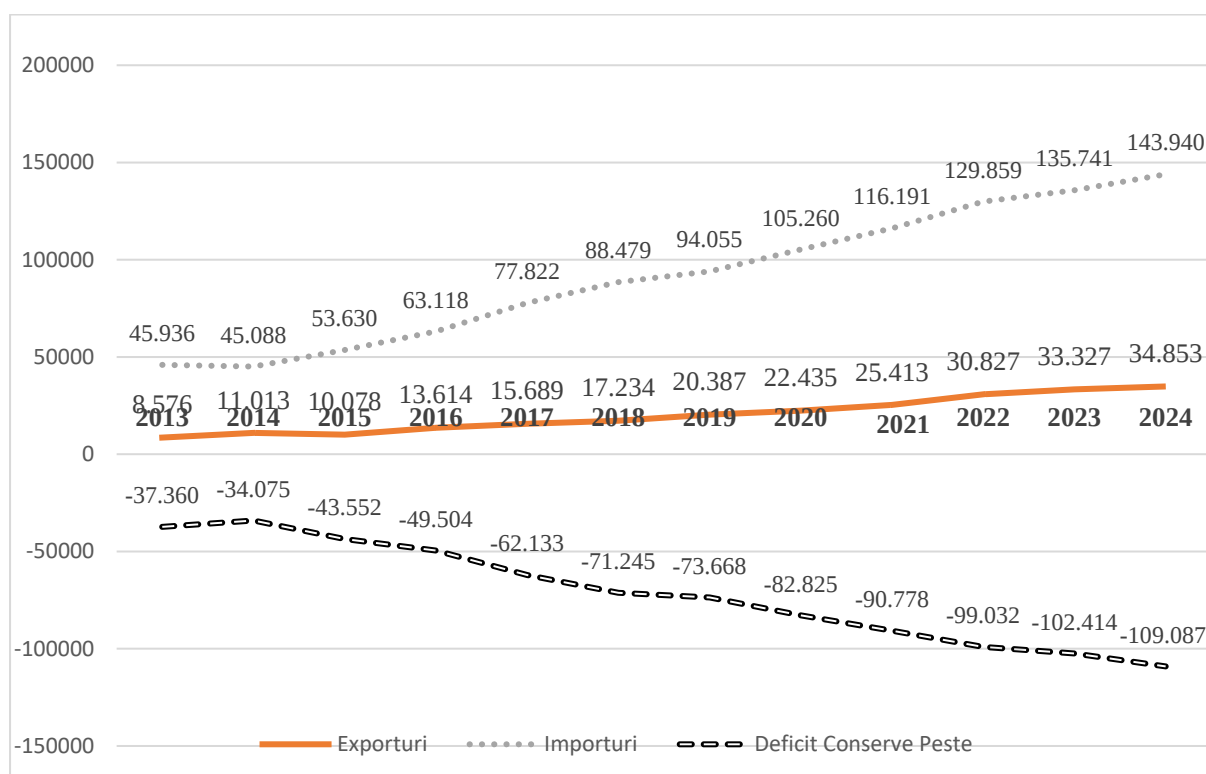


Figura I.12: Evoluția comerțului internațional cu conserve din pește



Tabelul I.10: Ponderea categoriilor NC la alcătuirea deficitului comercial al întregului sector de carne (perioada 2013-2024)

Anul NC	0201	0202	0203	0204	0205	0206	0207	0208	0209	0210	0302	0303	0304	0305	0306	0307	1601	1602	1604	1605
2013	-1,0%	5,4%	69,2%	-1,9%	-2,9%	4,3%	-5,3%	0,3%	3,5%	2,7%	8,1%	11,3%	5,2%	1,2%	1,4%	0,4%	-2,7%	-9,6%	11,5%	-0,9%
2014	0,7%	6,5%	57,0%	-3,4%	-1,6%	2,9%	5,4%	0,5%	2,6%	3,3%	6,7%	10,7%	4,9%	0,9%	1,3%	0,7%	-1,4%	-5,2%	8,4%	-1,0%
2015	-0,9%	10,8%	58,2%	-6,9%	-2,1%	2,5%	3,0%	0,5%	1,8%	2,2%	8,3%	11,2%	5,1%	0,8%	1,5%	0,6%	-1,0%	-4,8%	9,9%	-0,6%
2016	-1,8%	9,7%	54,0%	-3,8%	-2,0%	2,0%	9,5%	0,5%	1,2%	2,1%	8,9%	10,0%	4,9%	0,8%	1,4%	0,5%	-1,5%	-5,0%	9,3%	-0,6%
2017	-2,6%	3,3%	62,1%	-4,6%	-2,4%	1,5%	8,3%	0,3%	1,1%	2,1%	7,4%	9,0%	5,5%	0,8%	1,4%	0,6%	-1,4%	-1,3%	9,4%	-0,4%
2018	-0,7%	3,9%	62,9%	-4,3%	-2,8%	2,3%	6,4%	0,3%	1,2%	2,4%	6,8%	8,9%	5,0%	0,7%	1,5%	0,2%	-1,1%	-2,6%	9,0%	0,2%
2019	0,2%	3,6%	65,4%	-3,8%	-2,2%	2,7%	4,3%	0,5%	1,8%	1,5%	5,9%	6,8%	4,0%	0,7%	1,2%	0,4%	-0,7%	0,0%	8,0%	-0,2%
2020	1,1%	3,4%	61,5%	-1,8%	-2,4%	2,8%	5,2%	0,4%	1,7%	2,8%	5,4%	6,5%	3,3%	0,6%	1,0%	0,5%	-1,4%	0,8%	8,6%	0,1%
2021	0,9%	4,2%	57,3%	-0,9%	-3,0%	2,7%	3,8%	0,4%	1,5%	2,6%	6,7%	5,9%	4,1%	1,1%	1,4%	0,6%	0,1%	2,0%	8,3%	0,3%
2022	0,5%	4,4%	60,2%	-0,2%	-2,5%	2,6%	1,7%	0,2%	2,0%	2,2%	5,9%	5,1%	4,5%	1,2%	1,6%	0,6%	1,5%	1,2%	6,8%	0,3%
2023	1,2%	2,5%	64,5%	-0,4%	-1,5%	1,8%	1,0%	0,2%	2,0%	2,2%	5,6%	4,6%	3,8%	1,2%	1,3%	0,6%	1,7%	1,2%	6,1%	0,1%
2024	1,3%	2,8%	63,0%	-1,3%	-1,2%	1,4%	0,1%	0,2%	1,8%	2,4%	5,4%	4,2%	4,8%	1,3%	1,5%	0,7%	2,6%	2,6%	6,2%	0,2%
Medie /an	-0,1%	5,0%	61,3%	-2,8%	-2,2%	2,5%	3,6%	0,4%	1,9%	2,4%	6,7%	7,8%	4,6%	0,9%	1,4%	0,5%	-0,4%	-1,7%	8,4%	-0,2%

II. Lactate

Piața românească a lactatelor se confruntă cu un deficit comercial structural, accentuat mai ales în ultimii trei ani. În perioada 2022-2024, importurile au depășit constant pragul de 900 milioane de euro, în timp ce exporturile, deși având o tendință ascendentă, nu reușesc să acopere cererea tot mai diversificată a consumatorilor.

Nici în sectorul lactatelor, România “*nu poate acoperi necesarul de consum de lapte și produse lactate din producția internă*” (Drigă, 2024, pag. 271)⁴. Pe parcursul întregii perioade analizate, România înregistrează un deficit comercial constant la lactate fără niciun an de excedent (Tabelul II.1). Exporturile au crescut de aproape trei ori din anul 2013 (când erau de 81,7 mil. €) până în anul 2024 (când s-a ajuns la 246,1 mil. €), dar în același timp și importurile s-au mărit de mai bine de patru ori (de la 268,0 mil. € în anul 2013 la 1,04 miliarde € în anul 2024). Creșterea exporturilor nu a putut ține pasul cu cea a importurilor, iar anul 2024 a marcat trecerea pragului de 1 miliard de euro la importuri, ducând și deficitul la un nivel record de 795,6 mil. €. Această bornă negativă se înscrie în tendința clar ascendentă a deficitului, care a pornit de la 186,3 mil. € în anul 2013. Unicele diminuări cât de cât mai semnificative ale deficitului din serie au fost în anii 2014 (-13%) și 2023 (-5,30%), aproape irelevante date fiind salturile de peste 20% (2017, 2019, 2021, 2022), ba chiar și o creștere cu 41% în anul 2016. Scăderile deficitului din anii 2014, 2018 și 2023 au fost doar conjuncturale, neînregistrându-se nici măcar doi ani consecutivi de reducere.

Tabelul II.1: Deficitul comercial pentru categoria produselor lactate (mil. euro)

Anul	Exporturi	Importuri	Deficit	Modificare deficit (% an/an)
2013	81,691	268,004	186,313	
2014	104,821	266,706	161,885	-13,11
2015	98,501	283,403	184,902	14,22
2016	99,739	361,107	261,368	41,35
2017	121,080	450,545	329,465	26,05
2018	133,280	460,473	327,193	-0,69
2019	137,442	531,914	394,472	20,56
2020	134,888	585,977	451,089	14,35
2021	151,990	695,208	543,218	20,42
2022	186,970	929,461	742,491	36,68
2023	217,006	920,153	703,147	-5,30
2024	246,099	1.041,653	795,554	13,14

⁴ Drigă, D. M. (2024). Milk and dairy industry in Romania—analysis of the degree of competitiveness at European level. *Agricultural Economics and Rural Development*, 21(2), 271-281.

Perioada 2022-2024 pare să fie critică prin prisma valorilor absolute ale deficitului, care în toți acești ultimi trei ani s-au situat la peste 700 mil. €. În anul 2022 se observă o creștere bruscă a deficitului față de anul anterior (+199,3 mil. €), ce poate fi observată și în Figurile II.1 și II.2; deficitul depășește pragul de 700 mil. €. O corecție temporară a existat în anul 2023, când o creștere cu 16% a exporturilor, corelată cu o scădere cu 1% a importurilor a dus la o diminuare ușoară a deficitului cu 5,3% față de anul anterior (prima scădere după cinci ani). Totuși, în anul 2024, importurile au revenit la o creștere procentuală cu două cifre (13%), sărind pragul miliardului de euro. Chiar dacă au crescut și exporturile tot cu 13% (246,1 mil. €), ele au rămas de patru ori mai mici decât importurile, indicând că piața românească de lactate are o dependență ridicată față de importuri, ceea ce se poate observa cu precădere în segmente premium sau specializate, iar deficitul comercial păstrează o tendință de creștere (Figurile II.1, II.2 și II.3).

Figura II.1: Evoluția comerțului internațional cu produse lactate

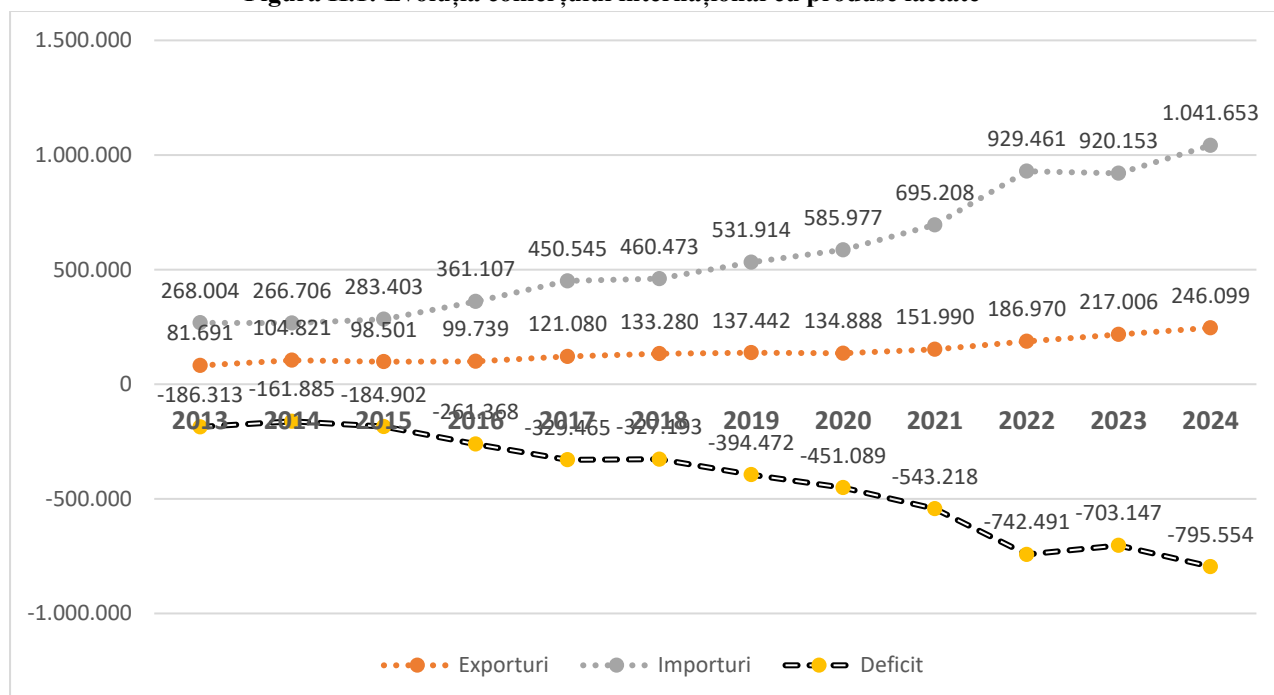


Figura II.2: Tendința și valorile deficitului comercial pentru produsele lactate

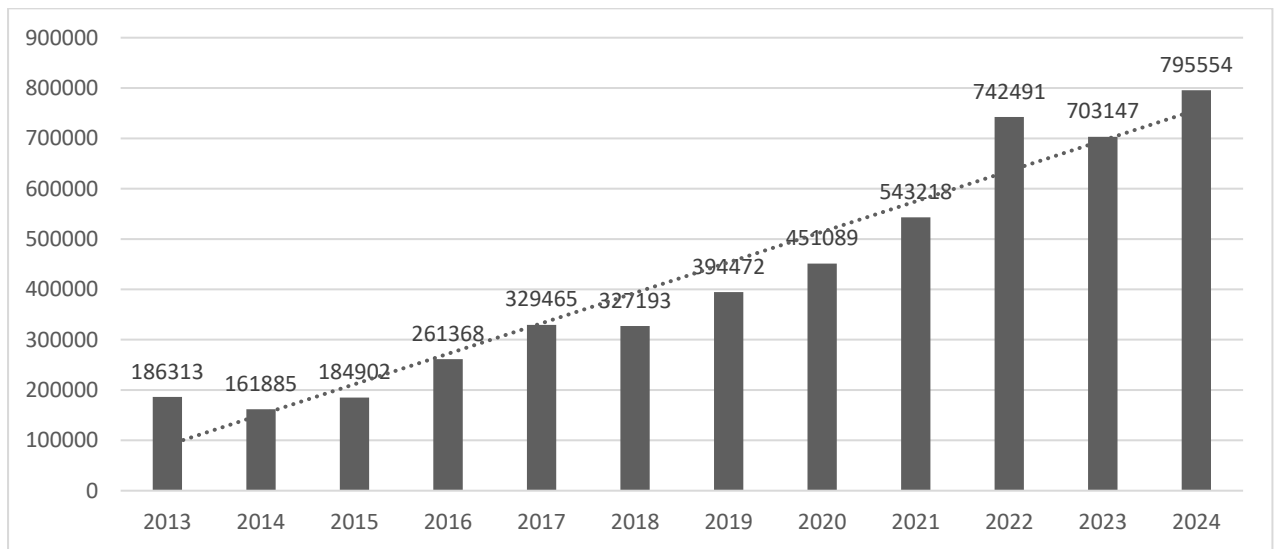
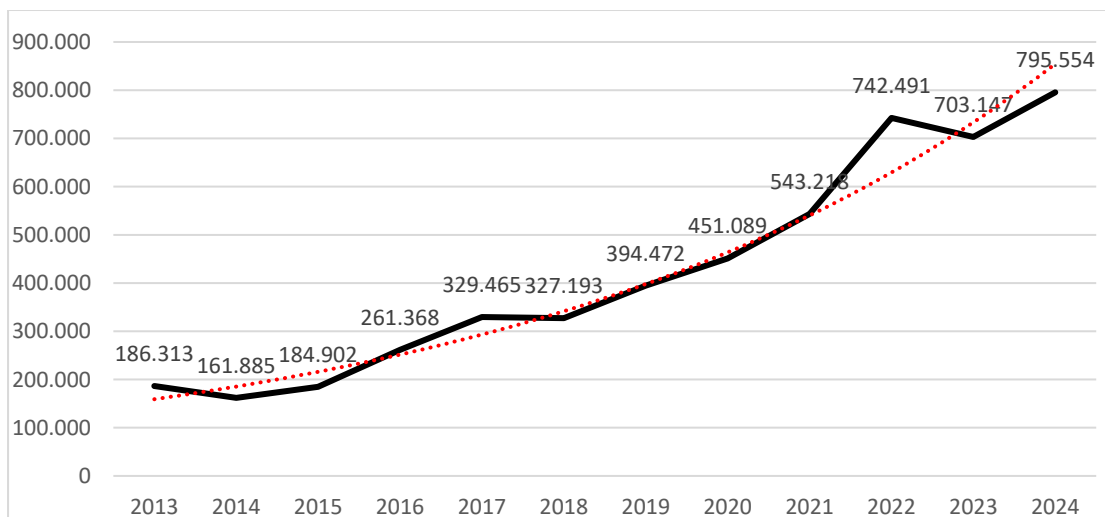


Figura II.3: Tendința și valorile deficitului comercial pentru produsele lactate



În ceea ce privește gradul de acoperire a importurilor prin exporturi, media perioadei este de 25%, ceea ce înseamnă că doar un sfert din exporturi poate acoperi valoarea importurilor (Tabelul II.2). În perioada 2023-2024, gradul de acoperire se stabilizează la circa 23%, în nota generală a seriei de ani. Gradul de acoperire este confirmat și prin raportul import/export, aflat la o medie de 3,95 pe seria de ani analizată, ceea ce arată că România importă de aproape patru ori mai mult decât exportă (sau, la fiecare 1€ exportat, România importă lactate în valoare de 3,95€). În anul 2022, raportul a fost aproape de 5, pentru ca în anii 2023 și 2024 să se situeze la 4,2. Deși se observă creșteri ale exporturilor, ritmul este dominat de importuri, care, în anii cu accelerare rapidă (+27% în anul 2016; +33,7% în anul 2022) au antrenat deficitul după ele.

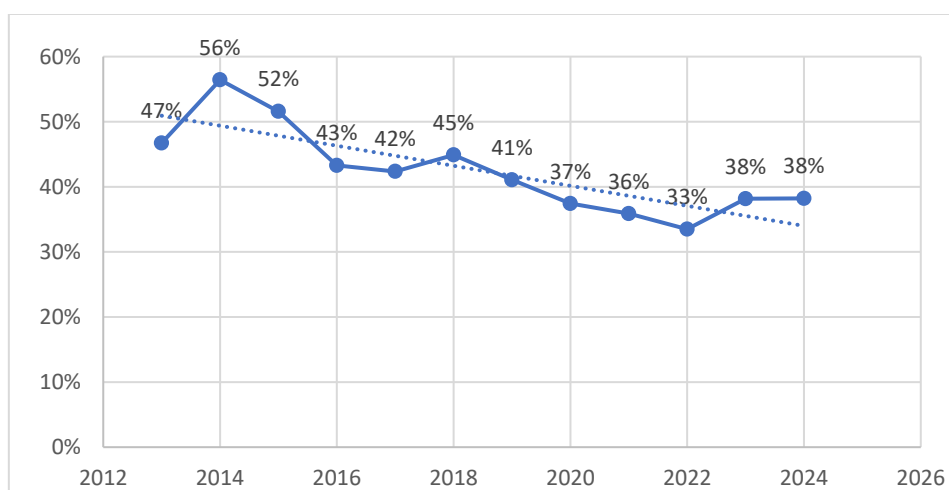
Tabelul II.2: Gradul de acoperire a importurilor prin exporturi pentru produsele lactate

Anul	Grad de acoperire exporturi/importuri
2013	30,48
2014	39,30
2015	34,76
2016	27,62
2017	26,87
2018	28,94
2019	25,84
2020	23,02
2021	21,86
2022	20,12
2023	23,58
2024	23,63

În anii 2023 și 2024, deficitul comercial avea o pondere de 62% în comerțul total cu produse lactate (importuri plus exporturi), ceea ce înseamnă că, asemănător cu situația de la produsele din carne, peste jumătate din comerțul cu produse lactate contribuie la deficit.

Indicele Grubel–Lloyd (GLI) consemnează o tendință de scădere (Figura II.4), de la 56% (în anul 2014) la 38% (în anul 2024). Valorile din perioada 2013-2015 (47%-56%) arată că, la momentul respectiv, piața era mai echilibrată, importurile și exporturile fiind mai apropiate. După anul 2016, decalajul s-a adâncit, România exportând mai puține tipuri de lactate și importând masiv și diversificat. În perioada 2022-2024, GLI se situează la 33%-38%, semn că structurile exporturilor și importurilor sunt tot mai diferite. GLI-ul în scădere indică o diversificare a importurilor, mai ales pe segmentul lactatelor premium.

Figura II.4: Tendința și valorile Indicelui Grubel–Lloyd (GLI) pentru produsele lactate

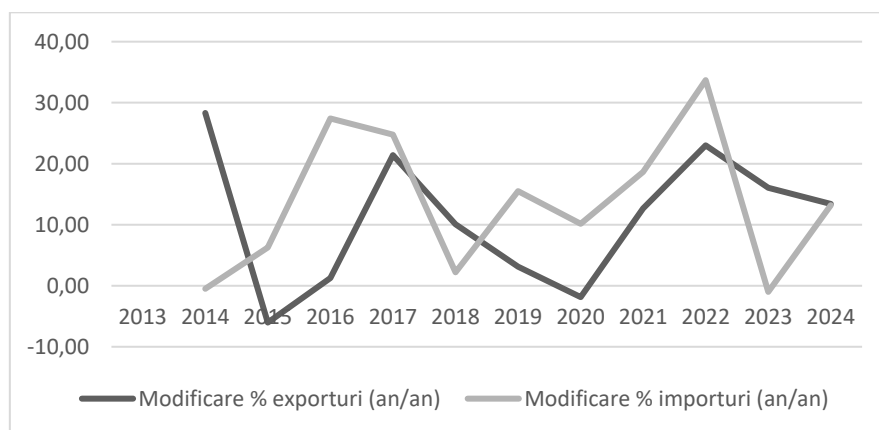


O interpretare a valorilor Indicelui Grubel–Lloyd ar putea fi că exporturile României sunt concentrate pe produse de bază (lapte crud, lapte UHT, brânzeturi simple, produse vrac), în timp ce importurile sunt dominate de produse procesate, cu valoare adăugată mare (brânzeturi maturate, specialități gourmet, iaurturi funcționale, produse bio, multe dintre ele fiind de la branduri internaționale consacrate). Parte din cererea pentru produse lactate de bază este acoperită din producția locală (prin produse cu valoare adăugată mică și care concurează mai ales pe preț, cum ar fi laptele, brânza proaspătă sau cașcavalul standard), dar chiar și așa, producția locală depinde, pe alocuri, de lapte brut din import. Fermele comerciale locale nu pot inversa tendința, având în vedere că agricultorii se confruntă în continuare cu presiuni economice din cauza costurilor ridicate ale factorilor de producție (furaje, energie, combustibil).

Cererea pentru produse premium și diversificate (gourmet, wellness, bio, lifestyle, brânzeturi maturate precum parmezan, brie sau gouda etc.) este acoperită cu precădere din importuri. Produsele premium tind să atragă clienți urbani cu venituri mai ridicate, iar brandurile locale au un acces redus pe segmentul premium față de cele din import.

Indicele Grubel–Lloyd de 38% pentru anii 2023 și 2024 arată că produsele lactate de bază pe care România le exportă nu substituie produsele premium pe care le importă. Profilul diferit al exporturilor și al importurilor face ca acestea să nu fie substituibile (iar de aceea să aibă dinamici diferite, Figura II.5), iar Indicele Grubel–Lloyd să fie scăzut. Chiar și acolo unde există mici afaceri cu povești de brand local, bazate pe valori ca originea, tradiția sau durabilitatea, producția lor este destinată cu precădere pieței locale, luând mai puțin calea exportului.

Figura II.5: Reprezentare grafică a modificărilor procentuale ale exporturilor și ale importurilor (an/an) pentru categoria produselor lactate



II.1. Lapte și smântână din lapte neconcentrate fără adaos de zahăr sau alți îndulcitori (0401) și Lapte și smântână din lapte concentrate sau cu adaos de zahăr sau alți îndulcitori (0402)

Categoriile NC 0401 și NC 0402 conțin următoarele tipuri de produse: Lapte proaspăt (neconcentrat și nefermentat); smântână proaspătă; lapte praf natural; lapte curd; alte produse similare (0401); lapte concentrat sau lapte condensat; lapte condensat îndulcit; lapte evaporat; smântână concentrată; smântână cu adaos de zahăr sau îndulcitori; produse de lapte îndulcite; lapte praf concentrat sau îndulcit; Lapte de soia sau alte lapte vegetale (cu adaos de îndulcitori) (0402).

Pentru categoria de produse Lapte și smântână din lapte (deopotrivă concentrate cu adaos de zahăr și neconcentrate fără adaos de zahăr), se consemnează un deficit comercial structural negativ pe toată perioada analizată (2013-2024). Exporturile au fluctuat în perioada amintită: creștere în anul 2014, scăderi succesive în anii 2015 și 2016, creșteri în anii 2017 și 2018, scăderi din anul 2019 până în anul 2021, apoi iarăși creșteri din anul 2022 până în anul 2024. Din anul 2022 s-au consemnat creșteri puternice până la o valoare maximă absolută de 51,1 mil. € (Tabelul II.3).

Tabelul II.3: Deficitul comercial pentru categoria produselor lactate din categoriile NC0401 și NC0402 (mil. euro)

Anul	Exporturi	Importuri	Deficit	Modificarea deficitului (% an/an)
2013	25,111	88,149	63,038	/
2014	47,479	77,401	29,922	-52,53%
2015	38,424	80,454	42,030	40,47%
2016	34,610	100,261	65,651	56,20%
2017	39,039	126,280	87,241	32,89%
2018	44,778	107,892	63,114	-27,66%
2019	42,881	129,305	86,424	36,93%
2020	35,182	140,090	104,908	21,39%
2021	30,882	157,350	126,468	20,55%
2022	37,579	227,567	189,988	50,23%
2023	49,736	207,596	157,860	-16,91%
2024	51,167	220,649	169,482	7,36%

Chiar și așa, această valoare maximă a exporturilor se situează până și sub valoarea minimă a importurilor din anul 2014 (77,4 mil. €). Pe termen lung, tendința generală este de creștere a importurilor. Între anii 2016 și 2021 a fost depășit pragul de 100 mil. €, iar din anul 2022 a fost depășit și pragul de 200 mil. €. Cea mai mică valoare a deficitului a fost consemnată în anul 2014 (29,9 mil. €), când valoarea exporturilor a crescut, iar cea a importurilor a scăzut față de anul anterior. După anul 2018, deficitul crește accelerat și, în ciuda câtorva mici ajustări anuale, ajunge la un maxim de aproape 190 mil. € în anul 2022. O licărire de speranță a existat de la 2022 la 2023, când exporturile au crescut, iar importurile au scăzut, reducând deficitul cu 32,1

mil. € de la an la an, doar că pentru ca anul următor importurile să crească cu 13 mil. €. Totuși, îmbucurător este că, în ultimii patru ani (perioada 2021-2024) se observă o creștere continuă a exporturilor, cea mai lungă serie înregistrată.

În ceea ce privește gradul de acoperire a importurilor prin exporturi (Tabelul II.4), anul 2014 s-a dovedit a fi anul cel mai favorabil, aproape două treimi (61,3%) din importuri putând fi „plătite” din exporturi. După acest an, indicatorul scade aproape constant (excepție anul 2018), atingând minimumul în anul 2022 (16,5%), când exporturile nu au putut acoperi nici măcar o cincime din importuri.

Tabelul II.4: Gradul de acoperire a importurilor prin exporturi pentru categoria produselor lactate din categoriile NC0401 și NC0402

An	Exporturi (mil. €)	Importuri (mil. €)	Grad de acoperire (%)
2013	25,1	88,1	28,50%
2014	47,5	77,4	61,30%
2015	38,4	80,5	47,80%
2016	34,6	100,2	34,50%
2017	39	126,3	30,90%
2018	44,8	107,9	41,50%
2019	42,8	129,3	33,10%
2020	35,2	140,1	25,10%
2021	30,9	157,3	19,60%
2022	37,6	227,6	16,50%
2023	49,7	207,6	23,90%
2024	51,2	220,6	23,20%

II.2. Unt și alte grăsimi provenind din lapte; pasta din lapte pentru tartine (0405)

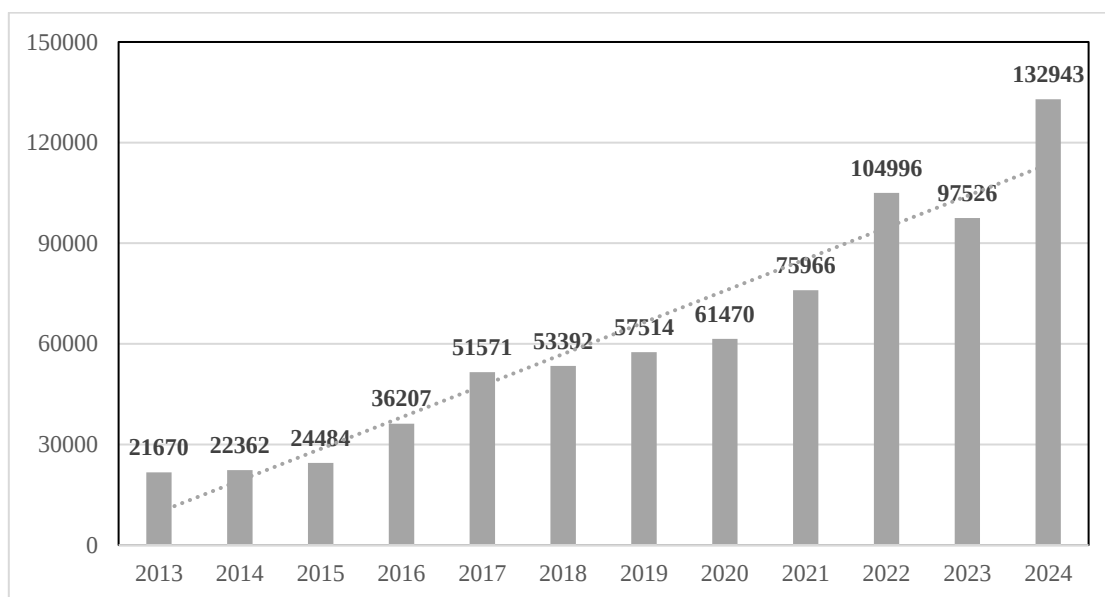
Pentru subcategoria unturilor și grăsimilor din lapte, se observă un nivel foarte redus al exporturilor, situat în jurul a 1-2 mil. € anual (Tabelul II.5). Pragul de 3 mil. € a fost depășit doar în anii 2021 (3,41 mil. €), 2022 (4,66 mil. €) și 2024 (3,87 mil. €). Anul 2022 a consemnat doar o valoare extremă, în anii 2023 și 2024 exporturile revenind la valorile anilor anteriori.

Tabelul II.5: Deficitul comercial pentru categoria produselor Unt și alte grăsimi provenind din lapte; pasta din lapte pentru tartine (0405) (mil. euro)

Anul	Exporturi	Importuri	Deficit
2013	1,437	23,107	21,670
2014	1,065	23,427	22,362
2015	1,177	25,661	24,484
2016	1,703	37,910	36,207
2017	2,604	54,175	51,571
2018	2,626	56,018	53,392
2019	1,053	58,567	57,514
2020	1,669	63,139	61,470
2021	3,419	79,385	75,966
2022	4,666	109,662	104,996
2023	2,349	99,875	97,526
2024	3,871	136,814	132,943

De partea cealaltă, importurile sunt cu valori cuprinse între 1.500-2.000% mai mari decât exporturile în fiecare an, iar în unele perioade depășesc chiar de 20 de ori valoarea exporturilor. Ritmul de creștere este accelerat mai ales după anul 2016, când importurile aproape se triplează în câțiva ani. În anul 2024, importurile de unt și grăsimi din lapte au fost de aproximativ 35 de ori mai mari decât exporturile. Deficitul comercial se menține ridicat pe întreaga perioadă analizată, cu o valoare maximă absolută de 133 mil. € în anul 2024 și o tendință de creștere (Figura II.6).

Figura II.6: Tendința și valorile deficitului comercial pentru produsele Unt și alte grăsimi provenind din lapte; pasta din lapte pentru tartine (0405)



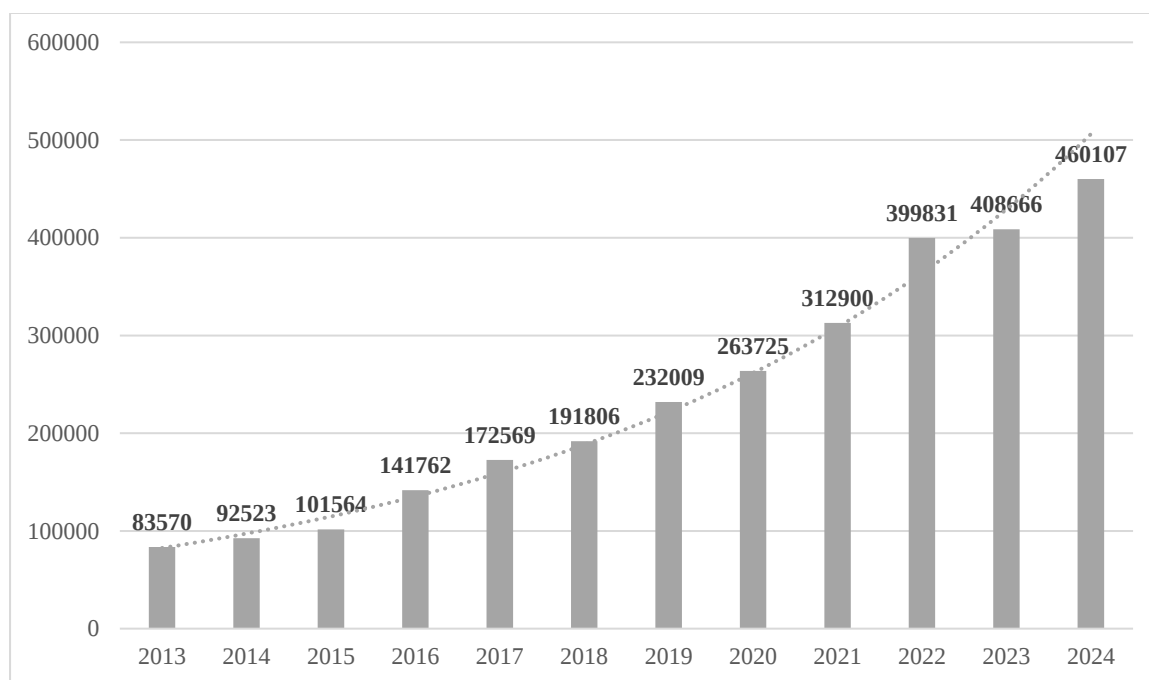
Diversificarea sortimentului (unt bio, unt clarificat, grăsimi mixte pentru industria alimentară) ar putea deschide nișe noi care să fie exploatate de procesatorii naționali. De asemenea, parteneriate regionale cu piețe emergente ar putea oferi un flux exportator modest, dar constant.

II.3. Brânză și caș

Pentru subcategoria „Brânză și caș”, România și-a triplat exporturile de la 39,3 mil. € în anul 2013 la 113,6 mil. € în anul 2024. Din anul 2019 (când s-a înregistrat un export de 50,7 mil. €), exporturile au crescut constant, înregistrând chiar salturi impresionante în anii pandemiei de Covid-19 (+12 mil. € în anul 2021 față de 2020, sau +15 mil. € în anul 2024 față de 2023). În schimb, însă, importurile au crescut și ele de la an la an de-a lungul ultimului deceniu, sărind pragul de jumătate de miliard de euro în anul 2023 (507,2 mil. €, respectiv 573,7 mil. € în anul 2024) și consolidând astfel dependența de piața externă. Cum ritmul de creștere al exporturilor este mai accelerat decât al importurilor, se consențează o divergență a balanței comerciale. La o privire de ansamblu asupra deficitului între anii 2013 și 2024 se observă o creștere continuă a acestuia. Lipsa perioadelor de corecție indică un dezechilibru structural pe această categorie de produse, pentru care, în anul 2024, deficitul ajungea la 460,1 mil. €, de peste cinci ori mai mare față de cele 83,6 mil. € din anul 2013. Doar de la anul 2023 la 2024 deficitul a crescut cu 51,4 mil. €, adică jumătate din valoarea exporturilor totale din anul 2024 (Tabelul II.6).

Tabelul II.6: Deficitul comercial pentru categoria produselor brânză și caș (mil. euro)

An	Exporturi	Importuri	Deficit
2013	39,291	122,861	83,570
2014	38,352	130,875	92,523
2015	41,037	142,601	101,564
2016	41,105	182,867	141,762
2017	49,954	222,523	172,569
2018	51,346	243,152	191,806
2019	50,754	282,763	232,009
2020	55,600	319,325	263,725
2021	67,628	380,528	312,900
2022	89,740	489,571	399,831
2023	98,550	507,216	408,666
2024	113,592	573,699	460,107

Figura II.7: Tendința și valorile deficitului comercial pentru brânză și caș

II.5. Ponderile produselor lactate la alcătuirea deficitului comercial în această categorie

Pe întreaga perioadă analizată se observă o concentrare a formării deficitului în câteva categorii cheie de produse lactate (Tabelul II.7). Astfel, brânzeturile și cașcavalurile (NC 0406) domină constant structura, cu ponderi între 44,9% și 59% din deficitul comercial din categorie. A doua categorie ca pondere este cea a laptelui și a smântânii neconcentrate (NC 0401), între 17% și 24%. Îmbucurător pentru această categorie este, totuși, că ponderea sa la formarea deficitului a scăzut de la 26,7% în anul 2013 până la 17,0% în anul 2024, ba chiar cu unii ani în care ponderea s-a situat la 13%-14%, acestea fiind semne ale îmbunătățirii capacității interne de colectare și procesare, dar și ale scăderii importurilor brute pe fondul consolidării rețelelor de

ferme românești. Untul și alte grăsimi lactate (NC 0405) se situează în intervalul de 11-16% din deficit, în mare parte cauzat de preferința consumatorilor români pentru unt de origine vest-europeană (Danemarca, Germania, Franța) și, la fel ca în cazul brânzeturilor gourmet, a incapacității sectorului autohton de a concura pe segmentul de unturi de tip „*butter specialties*”. Laptele băut, iaurturile și produsele fermentate sau acrite (NC 0403) înregistrează o tendință de scădere, de la 5,7% în anul 2013 la 2,5% în anul 2024, semn al unei producții locale competitive, care poate răspunde favorabil unei cereri tot mai orientate către sănătate a consumatorilor români (de ex., iaurturi probiotice). Celelalte categorii au ponderi destul de mici, sub 5%.

Tabelul II.7: Ponderile produselor lactate la alcătuirea deficitului comercial în această categorie

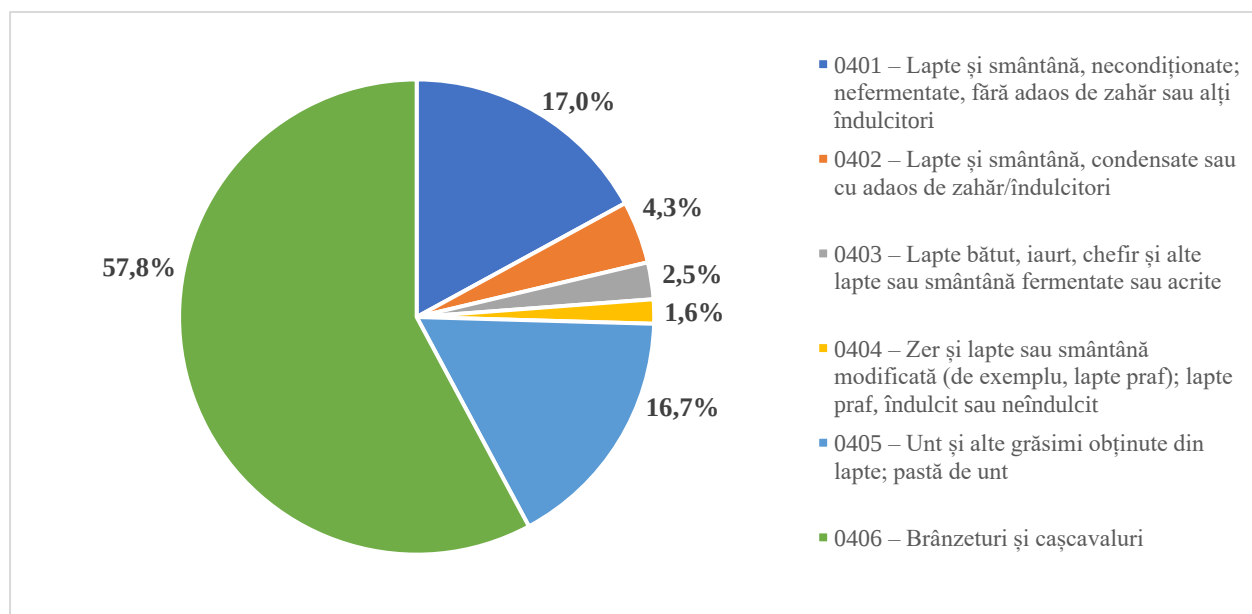
Anul NC	0401	0402	0403	0404	0405	0406
2013	26,7%	7,2%	5,7%	3,9%	11,6%	44,9%
2014	21,7%	-3,2%	6,1%	4,5%	13,8%	57,2%
2015	22,7%	0,0%	4,8%	4,3%	13,2%	54,9%
2016	20,5%	4,6%	2,9%	3,9%	13,9%	54,2%
2017	21,1%	5,4%	1,9%	3,6%	15,7%	52,4%
2018	15,5%	3,8%	2,7%	3,1%	16,3%	58,6%
2019	13,1%	8,8%	2,0%	2,7%	14,6%	58,8%
2020	14,5%	8,7%	2,6%	2,0%	13,6%	58,5%
2021	14,6%	8,7%	3,0%	2,1%	14,0%	57,6%
2022	17,1%	8,5%	4,1%	2,3%	14,1%	53,8%
2023	14,0%	8,5%	3,8%	1,8%	13,9%	58,1%
2024	17,0%	4,3%	2,5%	1,6%	16,7%	57,8%
Medie/an	18,2%	5,4%	3,5%	3,0%	14,3%	55,6%

Se observă că brânzeturile și cașcavalurile reprezintă peste jumătate din deficitul total în fiecare an, în special din cauza importurilor masive de brânzeturi maturate și gourmet, cum ar fi parmezanul, gouda, cheddar sau brie, și a lipsei de competitivitate a producătorilor locali pe segmentele premium. Maximele se situează în jurul a 57%-58%, semn că acela este pragul de maturitate a pieței, dar, chiar și așa, ponderea este mare și contribuie semnificativ la deficit.

O privire asupra ponderii tipurilor de produse lactate la alcătuirea deficitului din categoria mare arată că brânzeturile și specialitățile internaționale atrag după sine importurile, cu o contribuție de peste jumătate din soldul negativ total (57,8%). Urmează, la distanțe destul de mari, laptele și smântâna necondiționate (NC 0401) cu 17,0%, respectiv untul și alte grăsimi obținute din lapte (NC 0405), cu 16,7%, semn al dependenței de importuri de unt premium, dar și al problemelor industriei locale în ceea ce privește grăsimile necesare la procesare. Din cauza capacităților limitate de separare și rafinare a grăsimilor din lapte pe plan local, dar și a materiei prime de slabă calitate și joasă în grăsimi, mulți procesatori recurg la importuri masive de lapte brut și de grăsimi lactate care să fie utilizate în producție. Industria națională nu produce toate tipurile de grăsimi necesare la procesare, iar mulți producători sunt nevoiți să importe grăsimi concentrate. Pe de altă parte, piața din România consumă preponderent produse cu un conținut

ridicat de grăsime (ex. unt cu 82% grăsime, smântână grasă de 20-30%, brânzeturi cremoase etc.), ceea ce, în strânsă legătură cu incapacitatea de a obține și de a prelucra local grăsimile, pune presiune asupra balanței comerciale. Problemele ce țin de grăsimi fac și ca lanțul valoric intern să rămână incomplet, câtă vreme România produce lapte crud, dar nu are capacități de extragere a grăsimilor din acesta, făcând ca valoarea adăugată să fie mutată în afara țării și apoi importată sub formă brută de grăsimi concentrate sau sub formă finită de produse premium.

Figura II.8: Contribuția fiecărui tip de produs lactat la formarea deficitului comercial din categorie în anul 2024



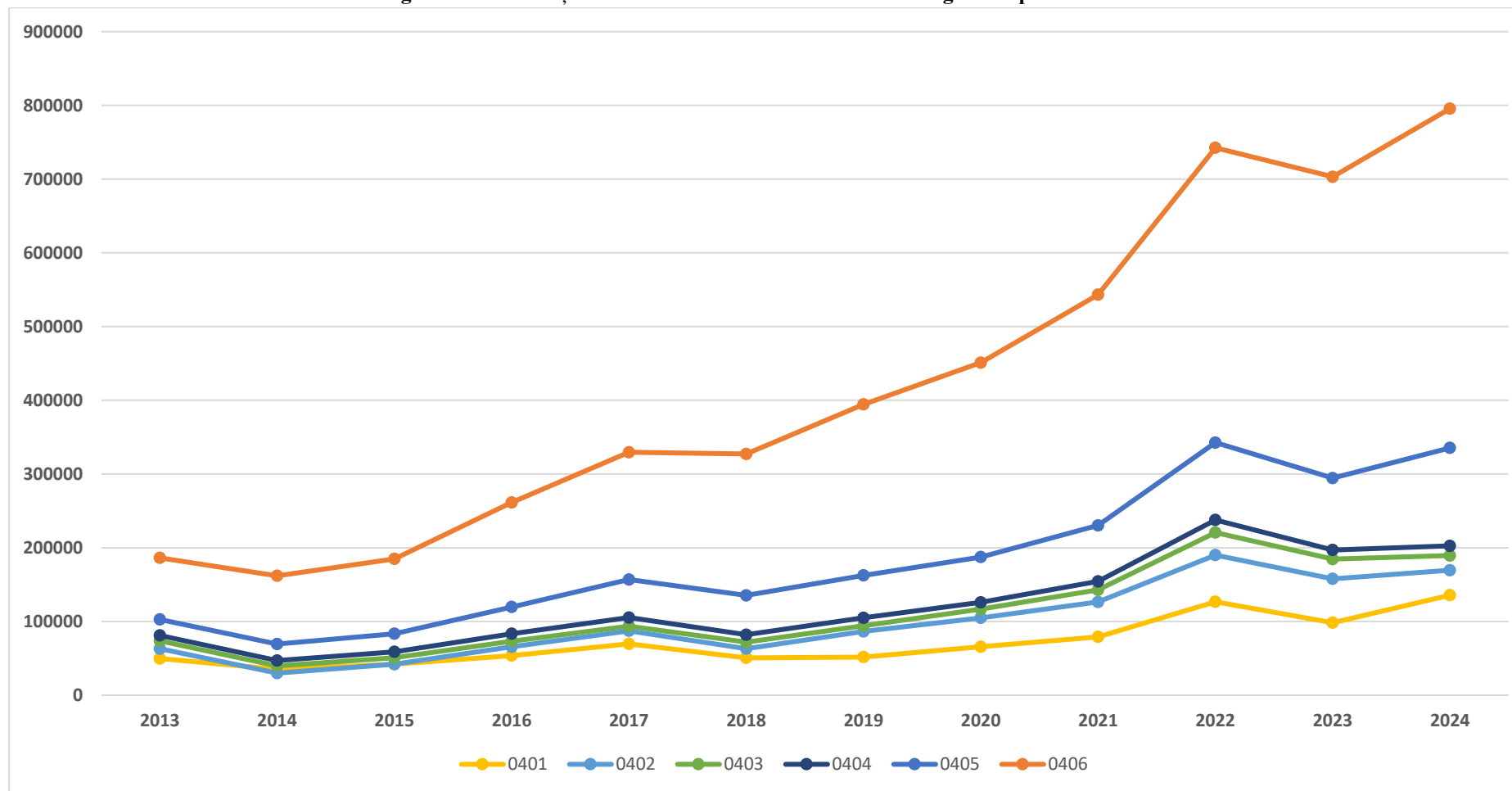
Cele trei categorii prezentate anterior (NC 0401, NC 0405 și NC 0406) însumează 91,5% din deficitul total al categoriei (Figura II.8). Brânzeturile fine și untul rămân articole la care s-ar putea interveni aplicat pentru reducerea deficitului comercial.

II.5. Concluzii Lactate

Dinamica deficitelor din sectorul lactatelor arată clar incapacitatea exporturilor de a contrabalansa fluxul masiv de importuri. Exporturile reduse sunt un semn al imposibilității sectorului local de a atinge economii de scară, de a construi branduri proprii competitive sau de a accesa piețe premium din Occident. Orientarea preponderent spre produse semifinite, cu valoare adăugată redusă, nu poate susține volume mari de export. Dintre subcategoriile analizate, brânzeturile și cașurile reușesc exporturi mai însemnate, dar tot insuficiente pentru a echilibra importurile. Cel mai sever decalaj se înregistrează la unt și grăsimi lactate, unde valoarea exporturilor este nesemnificativă, deficitul comercial fiind aproape egal cu valoarea importurilor.

Din Figura II.9 se observă că deficitul comercial are tendințe similare de-a lungul anilor pentru toate categoriile de produse lactate: o pantă în creștere progresivă și cu un vârf de agravare semnificativă în anul 2022 față de 2021. Ies în evidență brânzeturile și cașcavalurile (NC 0406), care, prin ponderea pe care o au la alcătuirea deficitului din categoria de ansamblu, se detașează de celelalte produse lactate, urmate de unt și alte grăsimi obținute din lapte (NC 0405).

Figura II.9: Tendințele deficitului comercial la diversele categorii de produse lactate



0401 – Lapte și smântână, necondiționate; nefermentate, fără adaos de zahăr sau alți îndulcitori
 0402 – Lapte și smântână, condensate sau cu adaos de zahăr/îndulcitori
 0403 – Lapte bătut, iaurt, chefir și alte lapte sau smântână fermentate sau acrite

0404 – Zer și lapte sau smântână modificată (de exemplu, lapte praf); lapte praf, îndulcit sau neîndulcit
 0405 – Unt și alte grăsimi obținute din lapte; pastă de unt
 0406 – Brânzeturi și cașcavaluri

III. Dulciuri, snacks, patiserie

Piața dulciurilor, a snacks-urilor și a produselor de patiserie din România se află într-o expansiune continuă, dar cu o dependență majoră de importuri, ceea ce a dus la un deficit comercial în creștere constantă în ultimul deceniu. Pe parcursul ultimilor doisprezece ani, deficitul comercial s-a triplat: dacă în 2013 diferența dintre exporturi și importuri era de circa 266,3 mil. euro, în anul 2024 aceasta a ajuns la 990,4 mil. euro. Această adâncire a deficitului este strâns legată de expansiunea continuă a cererii interne, în special pentru ciocolată, respectiv pentru subcategoriile de produse de patiserie și prăjituri ambalate. Din anul 2013, deficitul a crescut constant de la un an la altul, confirmând statutul de piață atractivă pentru furnizorii externi, dar și de teren dificil pentru producătorii locali. Media de creștere anuală a deficitului în ultimul deceniu este de aproximativ 12%.

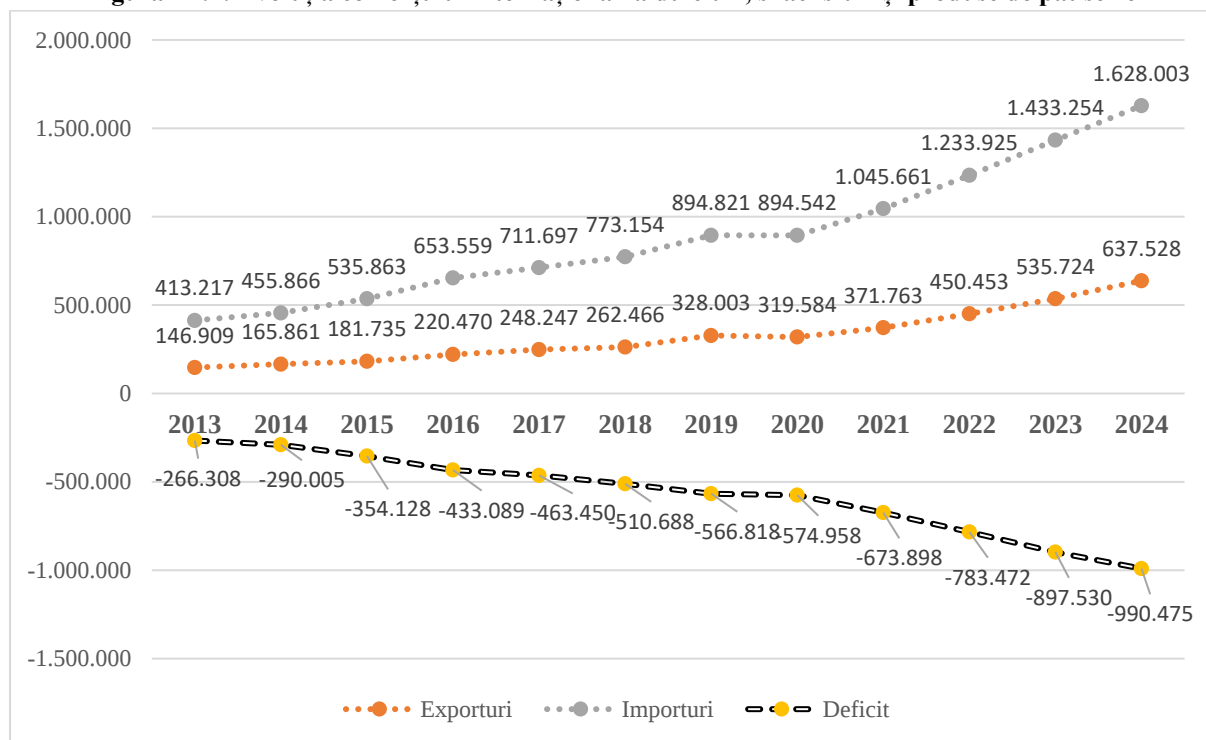
Întrucât vorbim și în acest caz de o industrie energofagă și care, în același timp, este și mare procesatoare de zahăr, pe fondul crizelor energetice, economice și fiscale din România, competitivitatea procesatorilor și producătorilor locali față de marile branduri internaționale rămâne redusă și, astfel, adâncește deficitul comercial. Cererea internă este solidă, dar capacitatea de acoperire prin industria autohtonă este încă redusă. Creșterea rapidă a segmentelor de ciocolată sau de prăjituri ambalate denotă un apetit ridicat al consumatorilor români pentru produse dulci, dar și presiunea asupra balanței comerciale prin majorarea importurilor. După anul 2020, asistăm la o accelerare vizibilă a dezechilibrului comercial: importurile depășesc masiv exporturile, ceea ce sugerează fie o cerere internă foarte mare pentru produse de brand internațional, fie o insuficiență a producției românești competitive. Importurile au crescut de la 413 mil. euro (cât erau în anul 2013) la 1,62 mld. euro (în anul 2024), o creștere de circa 290%. Exporturile au avansat și ele, însă, mai lent, de la 146 mil. euro la 637 mil. euro: o creștere de 336%, dar insuficientă pentru a echilibra balanța comercială. Mai mult, exporturile au avut o scădere dramatică în perioada 2019-2020. După ce, în anul 2019, urcaseră cu 25% față de anul precedent, în anul 2020, exporturile au scăzut cu 2,6% față de anul 2019.

Schimbările în obiceiurile de consum și preferințe pentru produse premium îndreaptă cererea consumatorilor către produse de import, în ultimii patru ani, importurile crescând constant de la an la an. Din anul 2021 încoace, deficitul crește cu aproximativ 100 mil. € de la un an la altul (Tabelul III.1 și Figura III.1). În aceeași perioadă, importurile au depășit constant pragul miliardului de euro anual.

Tabelul III.1: Deficitul comercial pentru categoria dulciurilor, snacks-urilor și produselor de patiserie

Anul	Exporturi (mil. €)	Importuri (mil. €)	Deficit (mil. €)	Modificare % deficit (an/an)
2013	146,909.00	413,217.00	266,308.00	
2014	165,861.00	455,866.00	290,005.00	8,90
2015	181,735.00	535,863.00	354,128.00	22,11
2016	220,470.00	653,559.00	433,089.00	22,30
2017	248,247.00	711,697.00	463,450.00	7,01
2018	262,466.00	773,154.00	510,688.00	10,19
2019	328,003.00	894,821.00	566,818.00	10,99
2020	319,584.00	894,542.00	574,958.00	1,44
2021	371,763.00	1.045,661.00	673,898.00	17,21
2022	450,453.00	1.233,925.00	783,472.00	16,26
2023	535,724.00	1.433,254.00	897,530.00	14,56
2024	637,528.00	1.628,003.00	990,475.00	10,36

Figura III.1: Evoluția comerțului internațional la dulciuri, snacks-uri și produse de patiserie



Gradul de acoperire exporturi/importuri a oscilat între 33% și 39% (Tabelul III.2), ceea ce înseamnă că România reușește să acopere prin exporturi doar aproximativ o treime din volumul importurilor. Deși gradul de acoperire a crescut gradual din 2021 până în 2024, el rămâne încă destul de departe de ceea ce este considerat a fi un prag „sănătos” (aprox. 60%).

Tabelul III.2: Gradul de acoperire al exporturilor prin importuri, pentru categoria dulciurilor, snacks-urilor și produselor de patiserie

Anul	Grad de acoperire exporturi/importuri (%)
2013	35,55
2014	36,38
2015	33,91
2016	33,73
2017	34,88
2018	33,95
2019	36,66
2020	35,73
2021	35,55
2022	36,51
2023	37,38
2024	39,16

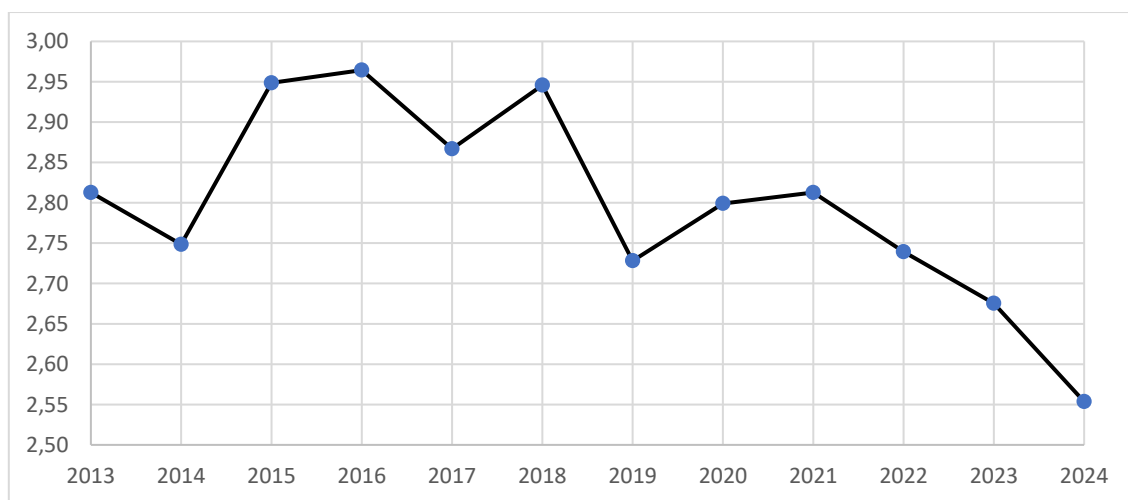
Ultimii ani marchează o dinamică de expansiune a pieței, dar și o adâncire a dezechilibrului comercial. Ritmul de creștere a deficitului comercial s-a temperat, scăzând constant din 2021 (+17,2%) până în 2024 (+10,3%), dar, chiar și așa, rămâne pe plus și la un nivel absolut ridicat. Un semn îmbucurător poate fi revirimentul exporturilor, care au crescut din anul 2021, având un salt de 41% de la anul 2022 (450 mil. €) la anul 2024 (637 mil. €). Chiar și așa, raportul import/export (Tabelul III.3) ne arată că România importă de aproximativ 2,5 ori mai mult decât exportă în această categorie de produse, ceea ce indică încă o dependență comercială de importuri destul de ridicată și că exporturile nu reușesc să recupereze decalajul față de importuri.

Tabelul III.3: Raportul import:export pentru categoria dulciurilor, snacks-urilor și produselor de patiserie

Anul	Raport import:export
2013	2,81
2014	2,75
2015	2,95
2016	2,96
2017	2,87
2018	2,95
2019	2,73
2020	2,80
2021	2,81
2022	2,74
2023	2,68
2024	2,55

Raportul import/export oscilează între 2,5 și 2,8, ceea ce înseamnă că importurile sunt mereu de peste două ori și jumătate mai mari decât exporturile, sau, cu alte cuvinte, la fiecare 1€ exportat, România importă în contrapartidă de aproape 2,5-2,8€. Faptul că raportul import:export oscilează în această mică marjă de 0,3 semnaleză o structură rigidă a pieței: în decursul unui întreg deceniu, România nu a reușit să reducă dependența de importuri. Din Figura III.2 se poate observa că raportul import:export este într-o ușoară tendință de scădere, doar că valorile cu care scade sunt prea mici pentru a putea exista o contribuție semnificativă la reducerea deficitului comercial.

Figura III.2: Reprezentare grafică a raportului import:export pentru categoria dulciurilor, snacks-urilor și produselor de patiserie



Comerțul total cu dulciuri (importuri+exporturi) crește de aproape patru ori între anii 2013 și 2024, ajungând de la 560 mil. € la 2,26 mld. € (Tabelul III.4). Această creștere indică o piață locală a dulciurilor aflată în expansiune rapidă, însă multe dintre beneficiile acestei creșteri sunt transferate producătorilor străini. Valorile Indicelui Grubel-Lloyd (GLI) se mențin constant între 50% și 56% de-a lungul perioadei analizate, ceea ce arată că există o oarecare suprapunere între structura exporturilor și cea a importurilor. Produsele importate și exportate sunt similare (ciocolată, biscuiți, napolitane, cartofi chips, croissante, semințe snacks etc.), doar că, la fel ca în cazul lactatelor, și în cazul dulciurilor, importurile care adâncesc deficitul sunt cele de dulciuri premium și de rafinament.

Tabelul III.4: Comerțul total și Indicele Grubel-Lloyd (GLI) pentru categoria dulciurilor, snacks-urilor și produselor de patiserie

Anul	Comerț total (mil. €)	Indicele Grubel-Lloyd (GLI)
2013	560,126.00	52%
2014	621,727.00	53%
2015	717,598.00	51%
2016	874,029.00	50%
2017	959,944.00	52%
2018	1.035,620.00	51%
2019	1.222,824.00	54%
2020	1.214,126.00	53%
2021	1.417,424.00	52%
2022	1.684,378.00	53%
2023	1.968,978.00	54%
2024	2.265,531.00	56%

III.1. Ciocolată și alte preparate alimentare care conțin cacao (NC 1806)

În cazul ciocolatei (și a altor preparate alimentare care conțin cacao) putem găsi o situație îmbucurătoare, mai rar întâlnită în cazul altor produse alimentare, pentru că exporturile au crescut (aproape) constant de la 39,4 mil. € cât erau în anul 2013 la 175 mil. € în anul 2024 (Tabelul III.5). Exporturile din anul 2024 au fost de peste patru ori mai mari decât cele din anul 2013, cel mai mare salt observându-se între anii 2015 și 2016 (18 mil. € într-un an). După anul 2019, exporturile se mențin la peste 100 mil. € anual. Valoarea importurilor este, însă, la rândul ei ridicată, adăugându-se aproximativ 400 mil. € în zece ani (de la 124,1 mil. € în anul 2014 la 564,3 mil. € în anul 2024). Deficitul a crescut și el de la 105,8 mil. € în 2013 la 389,2 mil. € în 2024, iar doar în anii 2023 și 2024 a crescut cu aproape 25%.

Tabelul III.5: Deficitul comercial pentru categoria produselor de ciocolată și alte preparate alimentare care conțin cacao

	(mil. euro)	(de la an la an)	(mil. euro)	(de la an la an)	(mil. euro)	(de la an la an)
Anul	Exporturi	Modificarea exporturilor	Importuri	Modificarea importurilor	Deficit	Modificarea deficitului
2013	39,383	/	145,201	/	105,818	/
2014	45,619	15,83%	169,814	16,95%	124,195	17,37%
2015	55,271	21,16%	196,967	15,99%	141,696	14,09%
2016	73,484	32,95%	240,013	21,85%	166,529	17,53%
2017	82,913	12,83%	254,318	5,96%	171,405	2,93%
2018	81,358	-1,88%	275,205	8,21%	193,847	13,09%
2019	115,546	42,02%	332,607	20,86%	217,061	11,98%
2020	105,835	-8,40%	316,962	-4,70%	211,127	-2,73%
2021	120,230	13,60%	353,344	11,48%	233,114	10,41%
2022	140,777	17,09%	404,400	14,45%	263,623	13,09%
2023	149,786	6,40%	462,763	14,43%	312,977	18,72%
2024	175,064	16,88%	564,303	21,94%	389,239	24,37%

Deși exporturile în cazul ciocolatei au o evoluție pozitivă, ele nu reușesc să combată diferența față de importuri. În anul 2024, raportul dintre importuri și exporturi era de peste 3:1, subliniind o dependență structurală de importuri. Această categorie de produse contribuie cu mai bine de o treime la deficitul comercial înregistrat la dulciuri, patiserie și snacks-uri (Tabelul III.6).

Tabelul III.6: Contribuția categoriei NC 1806 la alcătuirea deficitului la dulciuri, patiserie și snacks-uri

2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
39,7%	42,8%	40,0%	38,5%	37,0%	38,0%	38,3%	36,7%	34,6%	33,6%	34,9%	39,3%

Se constată că anul 2019, cu exporturi ce au crescut cu 42% față de anul anterior, a atras după sine și o reducere a deficitului de la 13% la 11%, aceasta în condițiile în care importurile crescuseră, la rândul lor, cu 21%. Anul 2019 este, de altfel, singurul an în care exporturile reușesc să atenueze considerabil dezechilibrul. Recuperarea a fost doar parțială, în anul imediat următor decalajul inversându-se, exporturile scăzând cu 3,7% mai mult decât importurile (scăderea deficitului din anul 2020 trebuie pusă, însă, pe seama pandemiei de Covid-19, România rămânând dependentă de importuri chiar și după impunerea restricțiilor comerciale din cauza pandemiei). În anii 2015 și 2016, deși exporturile au crescut (21% și 33%), deficitul a crescut și el (14% și 18%), efectele creșterii exporturilor fiind anulate de creșterile importurilor. În cei unsprezece ani analizați, gradul de acoperire a importurilor prin exporturi a crescut lent, cu doar 4 puncte procentuale (de la 27,1% la 31,1%). Cu alte cuvinte, doar 31% din importuri pot fi „plătite” prin exporturile făcute.

Din Tabelul III.7 se pot observa creșteri pe toate palierele (exporturi, importuri, și deficit) de la anul 2013, la anul 2024. Chiar dacă exporturile au crescut de 4,5 ori față de anul de referință 2013, creșterea aproape la fel de mare a importurilor (de 3,9 ori mai multe) a atras după sine și o creștere a deficitului.

Tabelul III.7: Modificările indicatorilor pentru categoria produselor de ciocolată și alte preparate alimentare care conțin cacao

Indicator	2013 (mil. €)	2024 (mil. €)	Creștere absolută (mil. €)	Creștere
Exporturi	39,4	175,1	135,7	4,5 ×
Importuri	145,2	564,3	419,1	3,9 ×
Deficit	106	389	283	3,7 ×

III.2. Brutărie, patiserie, biscuiți (NC 1905)

Pentru categoria brutărie, patiserie, biscuiți (1905), exporturile au crescut constant între anii 2013 și 2024, de la 80,4 mil. € la 373,4 mil. € (o creștere de peste 4,6 ori). Doar în perioada 2021 - 2024, exporturile aproape că s-au dublat, de la 200 mil. € la 373 mil. € (Tabelul III.8). Dacă perioada 2013-2017 a fost caracterizată de o creștere relativ puternică (aprox. +63% în patru ani), ritmul s-a mai temperat între anii 2018 și 2020 (20%), pentru ca între 2021 și 2024 exporturile aproape să se dubleze (crescând cu 87%). Totuși, în perioada 2013 - 2014, și importurile au crescut la un ritm asemănător cu cel al creșterii exporturilor (de 4,2 ori mai multe vs. de 4,6 ori). Ritmul importurilor a crescut accelerat între anii 2021 și 2024 (+56% în cei trei ani).

Tabelul III.8: Deficitul comercial pentru categoria produselor de brutărie, patiserie și biscuiți (mil. euro)

Anul	Exporturi	Importuri	Deficit	Modificare % Deficit
2013	80,409	168,427	88,018	
2014	90,642	181,134	90,492	2,81
2015	95,693	217,645	121,952	34,77
2016	114,764	261,902	147,138	20,65
2017	131,514	295,395	163,881	11,38
2018	146,548	319,603	173,055	5,60
2019	171,965	368,293	196,328	13,45
2020	176,141	383,352	207,211	5,54
2021	199,729	454,039	254,310	22,73
2022	235,502	562,667	327,165	28,65
2023	298,554	655,927	357,373	9,23
2024	373,433	708,269	334,836	-6,31

În ceea ce privește deficitul, poate fi consemnată o creștere alarmantă în anii 2021 (+23%) și 2022 (+28,6%), ajungându-se la un vârf de 357 mil. € în anul 2023. Deficitul scade cu 6,3% în anul 2024, grație unei creșteri mai accelerate a exporturilor (+25,1%) decât a importurilor (+8%), diferența de 17 puncte procentuale indicând o creștere de trei ori mai rapidă a

exporturilor față de importuri pentru anul 2024. În pofida creșterii mai rapide a exporturilor din ultimul an analizat, importurile rămân la o valoare aproape dublă (708 vs. 373 mil. €).

Acest fenomen apare în condițiile în care România produce o cantitate record de grâu, îl exportă ca materie primă, apoi reimportă sub formă de produse finite cu valoare adăugată ridicată (pâine specială, patiserie fină, biscuiți premium), ceea ce duce la agravarea decalajului comercial. În perioada 2014-2016, deficitul a crescut puternic (+34,8% și +20,6%), semnal al fragilității pieței locale. Între anii 2017 și 2020, ritmul s-a stabilizat la niveluri ceva mai moderate (5–13%), pentru ca anii 2021 și 2022 să vină, din nou, cu creșteri foarte mari ale deficitului (+22,7% și +28,6%), în context pandemic și post-pandemic. De observat anul 2015, când deficitul crește cu aproape 35% într-un singur an, cu toate că exporturile crescuseră la rândul lor cu aproape 6%. De asemenea, anul pandemic 2020 surprinde printr-un deficit mic în comparație cu alți ani, semn al unei cereri constante chiar și pentru bunuri din categoria dulciurilor, care pot fi interpretate, astfel, ca bunuri considerate esențiale de către consumatorii români.

Similar produselor din ciocolată (NC 1806), și produsele de brutărie, patiserie și biscuiți (NC 1905) contribuie cu aproximativ 34% la formarea deficitului comercial la la dulciuri, patiserie și snacks-uri (Tabelul III.9).

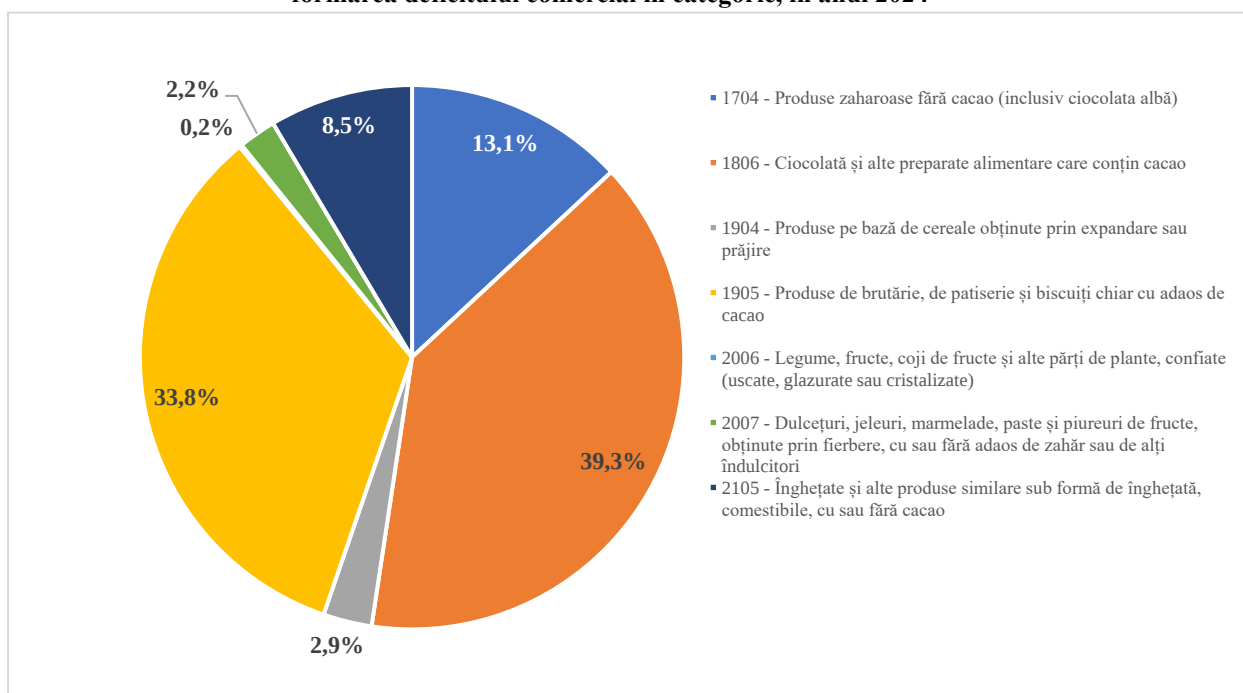
Tabelul III.9: Contribuția categoriei NC 1905 la alcătuirea deficitului la dulciuri, patiserie și snacks-uri

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
1905	33,1%	31,2%	34,4%	34,0%	35,4%	33,9%	34,6%	36,0%	37,7%	41,8%	39,8%	33,8%

În Figura III.3 poate fi observată contribuția fiecărui tip de produs din categoria generală „Dulciuri, snacks, patiserie” la formarea deficitului comercial în categorie, în anul 2024. După cum se observă, cea mai mare pondere la formarea deficitului revine ciocolatei, cu 39,3% din total, ceea ce indică o dependență structurală de importuri – în special de importurile de ciocolată gata procesată – mai ales la produsele finite (tablete, praline, batoane etc.), piața fiind dominată de branduri internaționale prezente pe segmentele premium și mainstream.

Urmează produsele de brutărie și patiserie (NC 1905), unde există o cerere internă mare pentru articole ca biscuiții, prăjiturile ambalate, napolitanele, fursecurile etc., doar că și aici, din cauza fragmentării pieței și în lipsa unor procesatori mari care să acopere piața la nivel național (în schimb, există mulți procesatori mai mici cu acoperire regională), există o dependență de importuri. Din cauza inflației și a scăderii puterii reale de cumpărare, clienții români au început să se orienteze către produsele „*private label*” și către ambalajele de format mai mic, pretabile consumului „*on the go*” sau ca „*snacking*” (tip baton, miniprajituri etc.), ceea ce le permite un control mai amănunțit al bugetului disponibil.

Figura III.3: Contribuția fiecărui tip de produs din categoria generală „Dulciuri, snacks, patiserie” la formarea deficitului comercial în categorie, în anul 2024



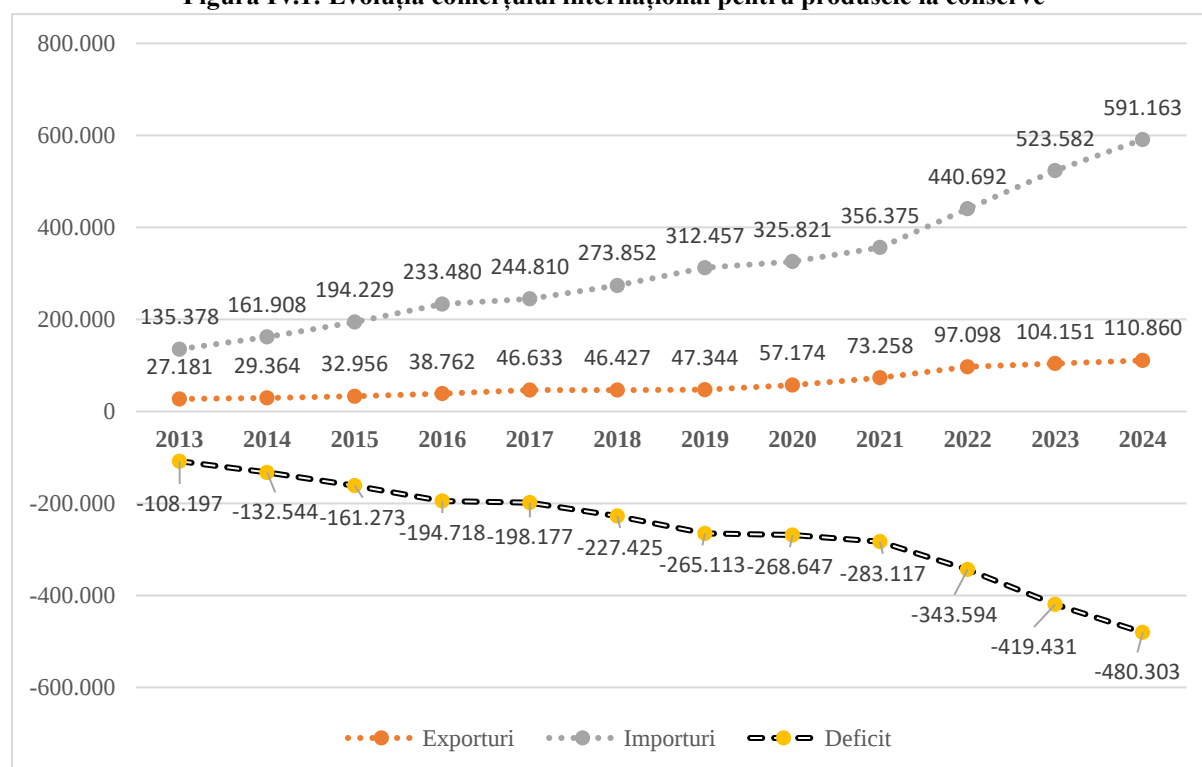
Produsele zaharoase fără cacao (NC 1704: bomboane, dropsuri, jeleuri și alte dulciuri fără cacao) au o pondere de 13,1% la alcătuirea deficitului din categorie. Ponderea relativ redusă arată că există potențial de echilibrare între importurile de produse finite și extinderea unor producători locali. O soluție ar fi abordarea segmentului „*private label*” cu produse la prețuri mici sau medii. Înghețată și alte produse înghețate cu cacao (NC 2105) contribuie cu 8,5% la alcătuirea deficitului, în timp ce la dulcețuri, jeleuri, marmelade (NC 2007) se constată o pondere moderată (2,2%), explicabilă prin existența unor producători locali cu volume mari și acoperire extinsă.

IV. Conserve

În cazul produselor de tip conserve, balanța comercială a României a înregistrat o deteriorare accentuată în ultimul deceniu, deficitul crescând de aproape 4,5 ori între anii 2013 (108,2 mil. €) și 2024 (480,3 mil. €). Deși exporturile s-au majorat semnificativ, de la 27,2 mil. € la 110,9 mil. € (+308%), ritmul accelerat al importurilor (care au urcat de la 135,4 mil. € la 591,2 mil. €) a condus la adâncirea continuă a deficitului. Cu un grad mediu de acoperire a importurilor prin exporturi de doar 18-20% pe întreaga perioadă analizată, România rămâne una dintre cele mai dependente piețe din regiune de importurile de produse conservate. După o scurtă revitalizare a exporturilor în anul 2022, când creșterea post-pandemică (+32,5%) a dus gradul de acoperire la 22% și raportul import/export la un minim istoric de 4,54, tendința pozitivă nu a fost susținută structural. În anii următori, importurile au revenit pe o traiectorie ascendentă (+18,8% în anul 2023 și +12,9% în anul 2024), în timp ce exporturile au avansat modest (+7,3% și +6,4%). Drept urmare, deficitul comercial a depășit pentru prima dată pragul de 400 mil. € în anul 2023 și s-a apropiat de jumătate de miliard de euro în anul 2024, adâncindu-se cu 40% față de nivelul din anul 2021.

În cazul produselor la conserve, deficitul comercial a crescut de aproape 4,5 ori între anul 2013 (108,2 mil. €) și anul 2024 (480,3 mil. €). Chiar dacă exporturile au crescut de peste patru ori în perioada 2013-2024 (de la 27,2 la 110,9 mil. €), creșterea accelerată a importurilor – de la 135,4 mil. € la 591,2 mil. € – a dus la adâncirea deficitului, a cărui medie anuală pe intervalul studiat (2013-2024) se ridică la 257 mil. € (Figura IV.1 și Tabelul IV.1).

Figura IV.1: Evoluția comerțului internațional pentru produsele la conserve



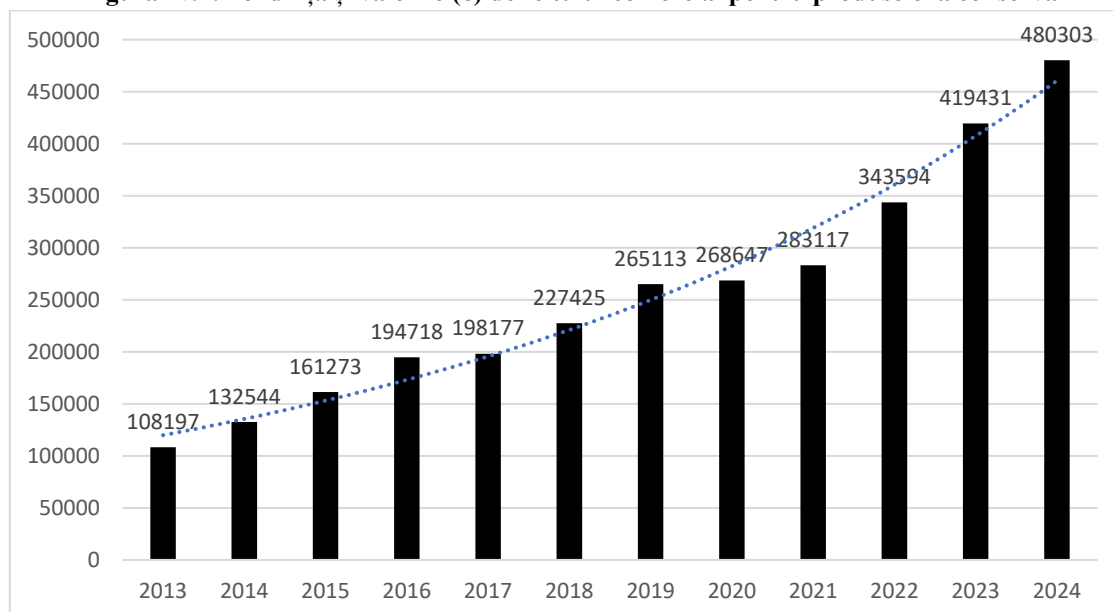
Tabelul IV.1: Deficitul comercial pentru produsele la conserve

	(mil. euro)	(mil euro)	(mil euro)	%	%			
Anul	Exporturi	Importuri	Deficit	Modificare deficit (an/an)	Grad de acoperire exporturi/importuri	Modificare % exporturi (an/an)	Modificare % importuri (an/an)	Raport import:export
2013	27,181	135,378	108,197		20,08			4,98
2014	29,364	161,908	132,544	22,50	18,14	8,03	19,60	5,51
2015	32,956	194,229	161,273	21,68	16,97	12,23	19,96	5,89
2016	38,762	233,480	194,718	20,74	16,60	17,62	20,21	6,02
2017	46,633	244,810	198,177	1,78	19,05	20,31	4,85	5,25
2018	46,427	273,852	227,425	14,76	16,95	-0,44	11,86	5,90
2019	47,344	312,457	265,113	16,57	15,15	1,98	14,10	6,60
2020	57,174	325,821	268,647	1,33	17,55	20,76	4,28	5,70
2021	73,258	356,375	283,117	5,39	20,56	28,13	9,38	4,86
2022	97,098	440,692	343,594	21,36	22,03	32,54	23,66	4,54
2023	104,151	523,582	419,431	22,07	19,89	7,26	18,81	5,03
2024	110,860	591,163	480,303	14,51	18,75	6,44	12,91	5,33

Gradul de acoperire a exporturilor prin importuri de doar 18,7% în anul 2024 (aceasta în ciuda faptului că exporturile au crescut), denotă că România devine tot mai dependentă de importurile de conserve. Pentru seria de ani analizată, gradul de acoperire s-a situat între 15% și 22%, un nivel redus care arată o incapacitate persistentă de a echilibra importurile prin exporturi. Indicele Grubel–Lloyd de 28–36% arată că există comerț intra-ramură (România exportă conserve), dar la nivel mai degrabă marginal. Mai mult decât atât, cei mai recenti ani contribuie semnificativ la deficit, deci problema nu doar că persistă, ci se și agravează accelerat (2022: +21,3%; 2023: 22%; 2024: 14,5%).

Anul 2022 a marcat o revitalizare a exporturilor pe fond conjunctural post-pandemic (+32,5% față de anul 2021). Gradul de acoperire a ajuns la 22% în anul 2021 (fiind cel mai ridicat din întreaga serie, iar raportul import/export a scăzut până la 4,54, cel mai redus din întreaga serie). Totuși, în ciuda acestor semnale pozitive, deficitul a crescut în valoare absolută deoarece importurile au rămas și ele foarte mari. Din păcate, micile avantaje obținute în anul 2022 aveau să fie pierdute în anul 2023, când importurile au avansat cu 18,8% față de o creștere cu doar 7,3% a exporturilor. Gradul de acoperire scade la 19,9%, în timp ce deficitul trece pentru prima dată pragul celor 400 de milioane de euro. În anul 2024, deficitul a urcat la 480 mil. € (aproape jumătate de miliard de euro), confirmând tendința de agravare. În doar acești ultimi trei ani, deficitul a crescut cu 40% față de anul 2021. Scăderea Indicelui Grubel–Lloyd (GLI) de la 36% în anul 2022 la 32% în anul 2024 indică o pierdere de competitivitate a exporturilor românești, care devin mai puțin diversificate. Raportul import:export de 5 la 1 arată că România importă de cinci ori mai mult decât exportă în materie de conserve. Vârful conjunctural din anul 2022 nu a reușit să schimbe tendința structurală de adâncire a deficitului, evidențiată de linia punctuată din Figura IV.2.

Figura IV.2: Tendința și valorile (€) deficitului comercial pentru produsele la conservă



IV.1. Tomate preparate sau conservate altele decât în oțet sau acid acetic (NC 2002)

Categoria NC 2002 include tomate preparate sau conservate în forme diverse, ca de exemplu:

- Tomatele fierte sau coapte, apoi sterilizate sau pasteurizate și comercializate în conserve;
- Pasta concentrată din tomate, comercializată în conserve;
- Sosurile de tomate, preparate și conservate;
- Sucul de tomate, conservat prin sterilizare sau pasteurizare;
- Tomate uscate sau deshidratate;
- Tomate congelate;
- Diferite forme de tomate comercializate în conserve (tomate întregi, tăiate, pasate etc.).

Pentru tomatele preparate sau conservate altele decât în oțet sau acid acetic, deficitul a crescut de 3,7 ori din anul 2013 (16,5 mil. €) până în anul 2024 (61,3 mil. €), o acumulare totală de 44,8 mil. € (sau, în medie, 4,07 mil. € adăugate la deficitul comercial în fiecare an). Se înregistrează salturi majore în anii 2014 (+8,9 mil. € față de anul anterior), 2022 (+11,2 mil. €) și 2023 (+9,7 mil. €). Există doi ani consecutivi de reducere a deficitului, în ambele cazuri aceasta fiind antrenată de scăderea importurilor: în anul 2016, deficitul se reduce cu 6,4% pe fondul scăderii importurilor cu 5,8%, iar în anul 2017, deficitul se diminuează cu 9,6%, ca urmare a scăderii importurilor cu 8,3% (Tabelul IV.2). Se observă, de aici, că reducerea deficitului apare doar când importurile scad, exporturile mici neputând influența semnificativ balanța comercială, totul depinzând de dinamica importurilor.

Tabelul IV.2: Deficitul comercial pentru conservele de tomate

	(mil. euro)	(mil. euro)	(mil. euro)	%	%		
Anul	Exporturi	Importuri	Deficit	Modificarea deficit (an/an)	Grad de acoperire exporturi/importuri	Modificare % exporturi (an/an)	Modificare % importuri (an/an)
2013	0,520	17,049	16,529		3,05		
2014	0,466	25,877	25,411	53,74	1,80	-10,38	51,78
2015	0,562	29,580	29,018	14,19	1,90	20,60	14,31
2016	0,694	27,863	27,169	-6,37	2,49	23,49	-5,80
2017	0,967	25,537	24,570	-9,57	3,79	39,34	-8,35
2018	0,822	27,070	26,248	6,83	3,04	-14,99	6,00
2019	0,957	33,436	32,479	23,74	2,86	16,42	23,52
2020	1,249	38,106	36,857	13,48	3,28	30,51	13,97
2021	1,282	38,711	37,429	1,55	3,31	2,64	1,59
2022	1,752	50,381	48,629	29,92	3,48	36,66	30,15
2023	1,862	60,297	58,435	20,16	3,09	6,28	19,68
2024	1,731	63,065	61,334	4,96	2,74	-7,04	4,59

Rata medie anuală de creștere a deficitului pentru perioada analizată este de aproximativ 14%-15%, însă cu o distribuție asimetrică. Anul 2014 este caracterizat de o creștere abruptă a deficitului (+54%), iar anii 2019, 2022 și 2023 de creșteri relativ ridicate (20%-30%). Anul 2021 pare un an de stabilizare (+1,55%), cel mai probabil prin prisma măsurilor economice din pandemia de Covid-19, pentru ca apoi deficitul să explodeze din nou, ajungând la o valoare maximă absolută în anul 2024.

Deficitul comercial la conserve de tomate a trecut prin două etape de accelerare (perioada 2013-2015 și perioada 2022-2023), despărțite de o perioadă de relativă corecție și stabilizare (perioada 2016-2021). Totuși, scăderile au fost conjuncturale și dictate de importuri, nu de exporturi. Importurile totale în perioada 2013-2024 s-au ridicat la 436 mil. €, de 34 de ori mai mult decât valoarea cumulată a exporturilor (12,86 mil. €). Ca fapt divers, valoarea agregată a exporturilor din toți cei 12 ani analizați este de 5 ori mai mică decât valoarea importurilor făcute doar în anul 2024. De altfel, raportul importurilor la exporturi este total dezechilibrat, de la 26 de exporturi la un import în anul 2017 la 55:1 în anul 2014. Gradul de acoperire al importurilor prin exporturi de abia că atinge 3,8% în anul 2017.

După ușoare creșteri ori stabilizări ale exporturilor în perioada 2020-2023, anul 2024 a venit cu o scădere de 7% a acestora, ceea ce, coroborat cu o creștere de 4,6% a importurilor a atras după sine sporirea deficitului cu 5% față de anul 2023.

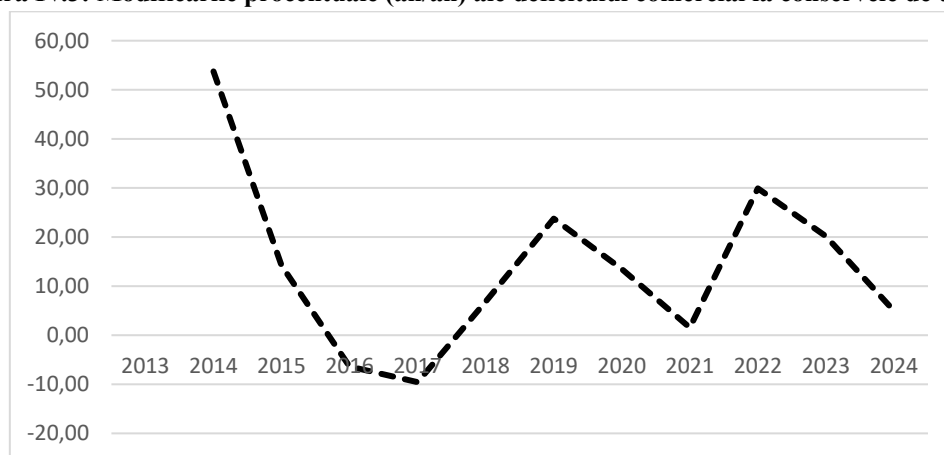
Valorile reduse ale indicelui Grubel-Lloyd (GLI) – între 4% și 8% / an – arată că nu există un comerț intra-ramură relevant, România depinzând aproape în totalitate de importuri la această categorie de produs (Tabelul IV.3).

Tabelul IV.3: Indicele Grubel–Lloyd (GLI) pentru conservele de tomate

Anul	Raport import:export	Comerț total (exp+imp) (mil. euro)	Indicele Grubel–Lloyd (GLI)
2013	32,79	17,569	6%
2014	55,53	26,343	4%
2015	52,63	30,142	4%
2016	40,15	28,557	5%
2017	26,41	26,504	7%
2018	32,93	27,892	6%
2019	34,94	34,393	6%
2020	30,51	39,355	6%
2021	30,20	39,993	6%
2022	28,76	52,133	7%
2023	32,38	62,159	6%
2024	36,43	64,796	5%

Figura IV.3 alăturată arată că deficitul comercial nu este doar mare, ci și imprevizibil, caracterizat de o volatilitate ridicată, ceea ce reflectă captivitatea României față de importuri. Deși România este producător de roșii proaspete, acestea sunt folosite pentru consumul propriu sau comercializate ca materie brută primă, lipsind capacități competitive care să permită urcarea pe lanțul valoric de procesare și conservare la scară mare. Lipsa tehnologiilor moderne de conservare și ambalare menține sectorul local la scară mică, piața națională fiind alimentată preponderent din import. Producția internă de tomate, chiar și dacă ajutată de factori sezonieri, nu poate compensa lipsurile din procesare. În plus, lipsa structurilor de integrare la nivel de UAT-uri (cooperative, centre de colectare etc.), face ca multe tomate să fie utilizate pentru consum propriu sau vândute pe piețele locale, dar nu utilizate pentru procesare industrială.

Figura IV.3: Modificările procentuale (an/an) ale deficitului comercial la conservele de tomate



Volatilitatea ridicată, cu creșteri bruște de până și la 30%-50% anual, arată că România este expusă pe deplin șocurilor exogene, neavând putere de negociere. De altfel, din categoria

legumelor, tomatele au cea mai mare contribuție la deficit (25%-30% anual)⁵. În ciuda programului pentru tomate – care a avut un impact în reducerea deficitului în lunile de vară ale anului – deficitul rămâne ridicat, mai ales în ceea ce privește tomatele procesate la conervă. Printre țările care contribuie cel mai mult la deficit pentru categoria NC 2002 se numără Italia, Țările de Jos, Spania și Germania.

IV.2. Ciuperci și trufe conservate (NC 2003)

Categoria NC 2003 include produse din ciuperci și trufe preparate sau conservate în forme diverse, ca de exemplu: ciuperci conservate în diferite forme (ciuperci întregi, feliate, tăiate, tocate); ciuperci uscate sau congelate; trufe conservate, congelate sau uscate; sosuri, creme sau paste de ciuperci, conservate; ciuperci conservate în apă sărată; ciuperci conservate în ulei. Volatilitatea exporturilor și creșterea accelerată a importurilor transmit riscuri majore pentru balanța comercială pe această categorie.

Deficitul comercial a pornit de la 4,35 milioane euro în anul 2013 și a ajuns la 14,89 milioane euro în anul 2024. Există fluctuații mari ale deficitului comercial de la an la an, oscilând între creșteri agravante (+62,04% în anul 2023 sau +65,39% în anul 2022), dar și scăderi evidente (-14,77% în anul 2017 sau -50,44% în anul 2021), cu mențiunea că scăderile au fost doar două situații izolate, tabloul de ansamblu fiind caracterizat de creșterile bruște ce indică dezechilibre semnificative (Tabelul IV.4).

Tabelul IV.4: Deficitul comercial pentru conservele de ciuperci

	(mil. euro)	(mil. euro)	(mil. euro)	%	%
Anul	Exporturi	Importuri	Deficit	Modificare deficit (an/an)	Grad de acoperire exporturi/importuri
2013	1,860	6,212	4,352		29,94
2014	0,756	5,592	4,836	11,12	13,52
2015	0,846	6,263	5,417	12,01	13,51
2016	0,813	6,332	5,519	1,88	12,84
2017	1,978	6,682	4,704	-14,77	29,60
2018	1,946	8,504	6,558	39,41	22,88
2019	1,961	10,709	8,748	33,39	18,31
2020	3,144	12,474	9,330	6,65	25,20
2021	8,449	13,075	4,626	-50,42	64,62
2022	7,752	15,403	7,651	65,39	50,33
2023	3,887	16,285	12,398	62,04	23,87
2024	4,752	19,641	14,889	20,09	24,19

⁵ Consiliul de Programare Economică (2018, August-Noiembrie), București. Analiza deficitului comercial al economiei românești. Exemple la nivel sectorial. Disponibil la URL: https://cnp.ro/wp-content/uploads/2021/08/Deficit_comercial_Romania.pdf

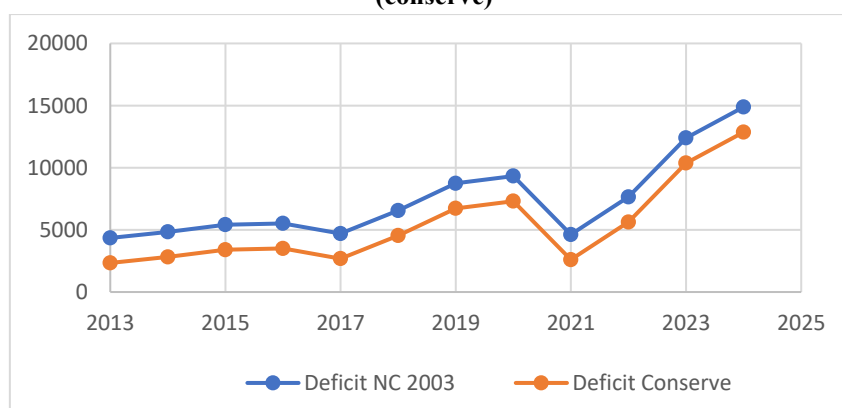
Anii cu creștere mare a deficitului (2018, 2019, 2022, 2023) coincid cu ani de creșteri semnificative ale importurilor, neînsoțite de creșteri proporționale la exporturi, ba chiar, în 2022-2023, de o scădere a exporturilor. O privire asupra raportului import:export (Tabelul V.5) relevă că importurile au depășit constant exporturile în perioada analizată, menținând un raport disproporționat, de la valori mai reduse ca două importuri la un export (anul 2022), până la șapte importuri la un export (anii 2014-2016). După o ușoară temperare (perioada 2017-2022), ultimii doi ani au adus, din nou, o deteriorare a raportului: patru importuri la un export.

Tabelul IV.5: Raportul import:export pentru conservele de ciuperci

Anul	Raport import:export	Pondere deficitului în comerțul exterior
2013	3,34	53,91
2014	7,40	76,18
2015	7,40	76,20
2016	7,79	77,24
2017	3,38	54,32
2018	4,37	62,76
2019	5,46	69,04
2020	3,97	59,74
2021	1,55	21,49
2022	1,99	33,04
2023	4,19	61,46
2024	4,13	61,04

Din Figura IV.4 se poate observa cum ciupercile și trufele conservate urmează aceeași tendință în alcătuirea deficitului precum categoria mare de produs de care aparțin (conservele).

Figura IV.4: Dinamica NC2003 la conturarea deficitului comercial în comparație cu categoria de produs (conserve)



IV.3. Ponderile produselor la alcătuirea deficitului comercial în această categorie

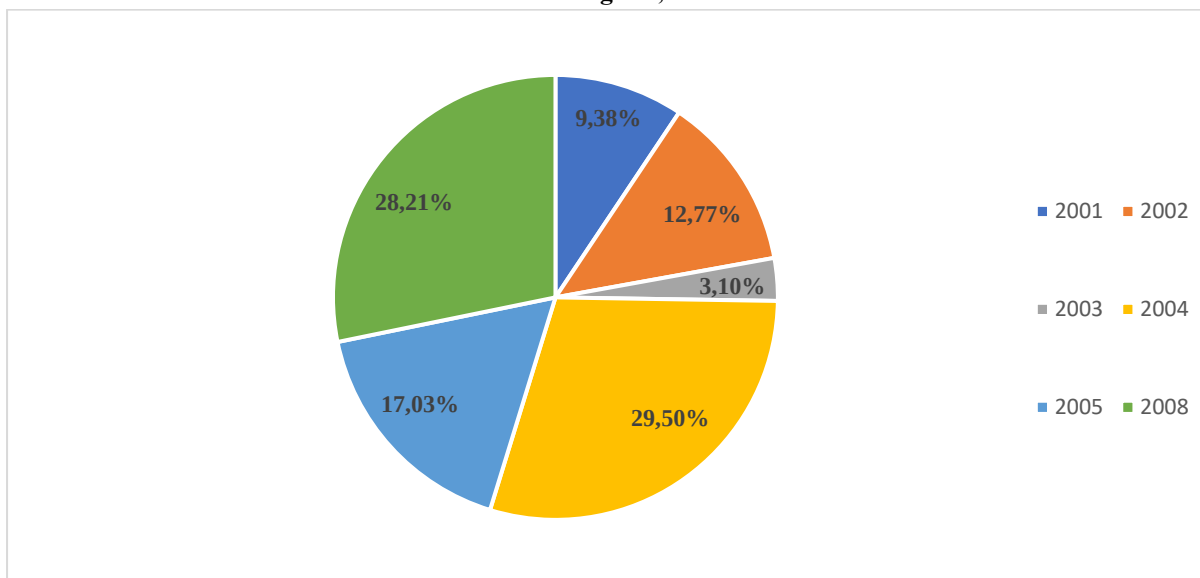
Din Tabelul V.6 și din Figurile IV.5 și IV.6, se observă că există trei contributori principali la alcătuirea deficitului comercial din categorie, ponderile lor modificându-se de la an la an: NC 2004, NC 2005 și NC 2008. Pentru categoria Alte legume preparate sau conservate (altele decât produsele din 2006) (NC 2004), curba galbenă din Figura IV.5 arată o creștere clară și constantă a contribuției la deficit: de la 18% în anul 2013 la aproximativ 30% în anii 2023 și 2024. În ultimii doi ani, acest segment de produse a devenit principalul generator de deficit din categorie, cu o treime din total, devansând NC 2008. Aceste modificări sunt o reflecție a expansiunii consumului de produse convenționale conservate (cum ar fi porumbul, mazărea sau mixurile de legume), unde cererea internă depășește producția locală, iar segmentul este dependent de importuri. O contribuție la creșterea deficitului în acest segment o au produsele „ready-to-eat” la conservă.

NC 2008 (Fructe și alte părți comestibile de plante, altfel preparate sau conservate), multă vreme principalul contributor la deficit, înregistrează o ușoară ameliorare în ultimii doi ani, scăzând sub 30%, dar s-ar putea să fie doar o fluctuație de moment, câtă vreme media anuală pentru perioada analizată este de 29,43% contribuție la deficit. Sunt incluse aici conserve de fructe, compoturi, produse cu adaos de zahăr sau îndulcitori, fructe exotice sau semifabricate pentru industria alimentară. La fel ca în cazul dulcețurilor, jeleurilor și al marmeladelor (NC 2007), și pentru NC 2008, există potențial de reducere a deficitului comercial grație existenței unor producători locali precum Râureni, fapt observat și prin încetinirea creșterii de după 2021. Segmentul NC 2005 (Alte legume preparate în oțet sau acid acetic) contribuie cu o cincime (17,0%) la deficitul comercial din categorie. Articole din acest segment sunt produse procesate industrial (murături, legume asortate în saramură etc.). O privire asupra cifrelor și asupra graficului din Figura IV.6 arată o diminuare semnificativă între anii 2013 și 2024 a contribuției acestei categorii la alcătuirea deficitului comercial național, semn că există procesare locală care are potențialul de a combate importurile.

Tomate preparate sau conservate (NC 2002) sunt un contributor mediu la deficit (12,8% în anul 2024). Se observă o scădere la mijlocul anilor 2010 (2015-2018), ceea ce denotă o parțială substituție a importurilor prin producția internă de pastă de tomate și conserve de roșii, putând fi explicată prin efectele incipiente ale programului „Tomata”. Totuși, normele de standardizare a produselor țin importurile la un nivel în continuare destul de ridicat.

Ciupercile și trufe conservate (NC 2003) au cea mai redusă pondere la alcătuirea deficitului (3,1% în anul 2024), importurile fiind generate în special de produsele gourmet și de specialitate, cum ar fi trufele sau mixurile de ciuperci importate din vestul Europei sau din Asia.

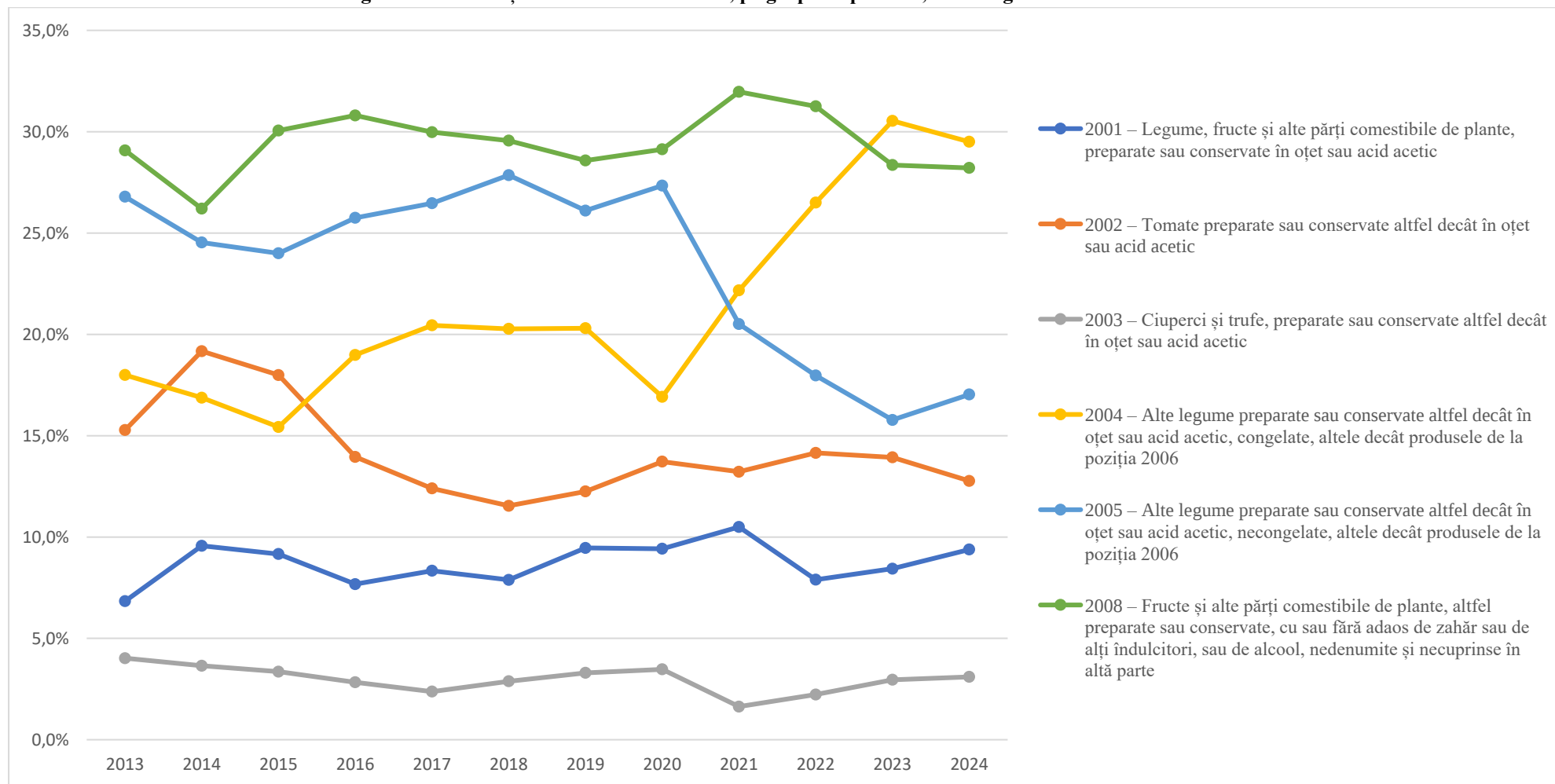
Figura IV.5: Contribuția fiecărui tip de produs din categoria generală „Conserve” la formarea deficitului comercial în categorie, în anul 2024



Tabelul IV.6: Ponderile produselor la alcătuirea deficitului comercial în categoria Conserve

	2001 – Legume, fructe și alte părți comestibile de plante, preparate sau conservate în oțet sau acid acetic	2002 – Tomate preparate sau conservate altfel decât în oțet sau acid acetic	2003 – Ciuperci și trufe, preparate sau conservate altfel decât în oțet sau acid acetic	2004 – Alte legume preparate sau conservate altfel decât în oțet sau acid acetic, congelate, altele decât produsele de la poziția 2006	2005 – Alte legume preparate sau conservate altfel decât în oțet sau acid acetic, necongelate, altele decât produsele de la poziția 2006	2008 – Fructe și alte părți comestibile de plante, altfel preparate sau conservate, cu sau fără adaos de zahăr sau de alți îndulcitori, sau de alcool, nedenumite și necuprinse în altă parte
2013	6,8%	15,3%	4,0%	18,0%	26,8%	29,1%
2014	9,6%	19,2%	3,6%	16,9%	24,5%	26,2%
2015	9,2%	18,0%	3,4%	15,4%	24,0%	30,1%
2016	7,7%	14,0%	2,8%	19,0%	25,8%	30,8%
2017	8,3%	12,4%	2,4%	20,4%	26,5%	30,0%
2018	7,9%	11,5%	2,9%	20,3%	27,9%	29,6%
2019	9,5%	12,3%	3,3%	20,3%	26,1%	28,6%
2020	9,4%	13,7%	3,5%	16,9%	27,3%	29,1%
2021	10,5%	13,2%	1,6%	22,2%	20,5%	32,0%
2022	7,9%	14,2%	2,2%	26,5%	18,0%	31,3%
2023	8,4%	13,9%	3,0%	30,5%	15,8%	28,4%
2024	9,4%	12,8%	3,1%	29,5%	17,0%	28,2%
Medie/an	8,71%	14,20%	2,98%	21,33%	23,25%	29,43%

Figura IV.6: Evoluția deficitelor comerciale, pe grupe de produse, din categoria Conserve



Analiza calitativă

Minută Masa rotundă – Sectorul „Carne”

Marți, 14 octombrie 2025, între ora 9.30 și 12.30, a avut loc prima masă rotundă din cadrul proiectului „*Consolidarea producției naționale în sectoare agroalimentare strategice pentru reducerea deficitului comercial al României (Studiu de caz: PENNY | REWE ROMANIA, ediția 2025)*”, desfășurat de PENNY | REWE ROMANIA în parteneriat cu Academia de Studii Economice din București. Evenimentul a avut loc în sala 372, etajul 1, Ministerul de Finanțe. Au participat reprezentanți de la: PENNY | REWE ROMANIA; Facultatea de administrarea afacerilor, cu predare în limbi străine (FABIZ) – ASE București; Ministerul Finanțelor; ANSVSA; Abatorul Periș; Comtim România; Cristim; Fox; Aldis; Salbac S.A.; Fleischparty; Carmistin; Comisia pentru buget, finanțe, activitate bancară și piață de capital, Senatul României; Consiliul Concurenței; Agenția Corporate Affairs Strategies; Agenția MSL The Practice; MADR; APIA; AFIR.

Masa rotundă a fost deschisă prin prezentarea programului 3RO, care presupune realizarea produselor cu ingredient principal provenit din România, iar procesarea și ambalarea se desfășoară tot pe plan intern.

Reprezentantul FABIZ – ASE București a subliniat că unul dintre factorii principali ai deficitului la carne este incapacitatea de control eficient asupra pestei porcine, generată de existența crescătoriilor semi-legale sau semi-autorizate, unde porcii se cresc în principal pentru autoconsum. A evidențiat dificultatea de a monitoriza activitatea acestor ferme, dat fiind că la nivel local se cresc grupuri mari de porci fără o justificare economică reală, ceea ce complică eforturile statului de a combate răspândirea bolii și de a reglementa comercializarea porcilor. Ca exemplu de bună practică a fost menționat modelul spaniol, unde sectorul se concentrează pe producția de jambon, maximizând valoarea adăugată pentru un produs principal, în timp ce celelalte părți ale carcasei sunt vândute la prețuri mai mici către restul Europei, contribuind la competitivitatea și eficiența economiei zootehnice spaniole.

Reprezentanții PENNY | REWE ROMANIA au prezentat evoluția proiectului 3RO, inițiat în anul 2020 și promovat activ către clienți din anul 2022. S-a remarcat că există o cerere tot mai mare din partea consumatorilor români pentru produse autohtone, ceea ce face din programul 3RO o veritabilă oportunitate.

Reprezentantul AFIR a remarcat importanța colaborării între toți actorii din sectorul agroalimentar, evidențiind rolul statului și al decidenților politici în adaptarea politicilor de sprijin la realitățile pieței. A subliniat faptul că, în abordarea deficitului de carne de porc, este nevoie de o analiză a legislației și a modului în care gospodăriile țărănești funcționează, menționând că acestea pot produce până la o sută de porci cu respectarea normelor sanitar-veterinare și trasabilitate corespunzătoare. A fost menționată existența transporturilor și comercializării ilicite de porci, mai ales în preajma sărbătorilor, precum și rolul vectorilor naturali (ex. șacali, păsări necrofage) în răspândirea pestei porcine africane către fermele comerciale, unde normele de biosecuritate sunt foarte stricte. A fost apreciat efortul comerțului modern pentru promovarea producției locale și a subliniat existența unor categorii diferite de consumatori: cei care aleg produse de lux indiferent de preț și cei care urmăresc circuitul trasabil, sănătatea și prețul corect, unde programul 3RO se regăsește cel mai bine.

Reprezentantul FOX a evidențiat că, deși compania optimizează constant procesele pentru a obține prețuri mai mici la raft, acest efort nu este suficient fără o creștere a producției interne.

Din perspectiva producției 3RO, implementarea este aproape imposibilă pentru FOX din cauza restricțiilor legate de pesta porcină africană: reglementările existente nu permit combinarea producției pentru piața internă (3RO) cu cea pentru export în aceeași unitate de procesare, ceea ce ar necesita investiții în două fabrici separate. S-a menționat că prețul cărnii de porc în România este cu 10-15% mai mare față de piața externă, ceea ce ar duce la mezeluri necompetitive ca preț, chiar și luând în calcul costul transportului materiilor prime din alte state (Germania, Spania, Olanda), respectiv că există un stimul distorsionat în sectorul zootehnic (exemplificat cu creșterea vacilor doar pentru subvenții, fără producție reală de lapte), precum și dificultăți legate de lipsa unor abatoare mari, care ar asigura volumele necesare pentru concurență și materie primă locală.

Reprezentantul Salbac S.A. a prezentat dificultățile unui operator de nișă pe piața românească a preparatelor crud-uscate. S-a precizat că materia primă locală (carne de scroafă) nu poate fi asigurată din cauza restricțiilor sanitare, fiind necesară aprovizionarea din import, aspect care determină costuri suplimentare și obligația de a construi facilități separate pentru conformitatea sanitar-veterinară.

Reprezentantul Abatorului Periș a evidențiat că, deși unitatea are o capacitate de abatorizare de peste 500.000 de capete anual, operează la un nivel redus (200.000 de capete) din cauza lipsei materiei prime. O creștere a volumului ar duce la majorarea prețului materiei prime, ceea ce ar afecta eficiența economică. Prețul este important, dar trebuie menținut un echilibru cu standardele de calitate, lucru facilitat de colaborarea cu retaileri precum PENNY | REWE ROMANIA în cadrul programului 3RO. Respectarea exigențelor impuse de retail a deschis perspective de creștere a competitivității și posibilitatea de a exporta pe viitor.

Reprezentantul Aldis a semnalat că problema principală pentru producția locală este prețul ridicat al materiei prime pentru porcul românesc, influențat direct de pesta porcină. Pentru a putea oferi un produs 3RO, sunt adesea necesare compromisuri la nivelul marjelor de profit, ceea ce reduce rentabilitatea. Domnia sa a mai subliniat că produsele cu Denumire de Origine Protejată (DOP) sau Indicație Geografică Protejată (IGP) sunt slab recompensate pe piață. Procesarea unui Salam de Sibiu de calitate implică investiții considerabile în materie primă și ingrediente superioare, iar recunoașterea acestor eforturi nu se reflectă suficient în prețul final la raft. S-a mai amintit că gradul de cunoaștere al conceptului 3RO este foarte redus în rândul consumatorilor, motiv pentru care ar fi necesară o campanie publicitară națională pentru promovarea produselor românești autentice, în care materia primă, procesarea și ambalarea au loc exclusiv în România.

Reprezentantul MADR a explicat că subvențiile directe pentru porc și pasăre sunt interzise la nivelul UE, iar Politica Agrară Comună urmează să fie unificată cu politicile de coeziune, făcând accesul la subvenții și mai dificil și suscitând competiție între autoritățile locale și fermieri pentru alocare. Pentru reducerea deficitului la carnea de porc, MADR a inițiat din anul 2018 programe de investiții axate pe creșterea efectivelor locale, în special în reproducție: din 46.000 de noi locuri de cazare pentru scroafe, 10.000 sunt deja finalizate, cu scopul de a reduce dependența de porcei importați și a diminua astfel costul cărnii locale. În următorii 2-3 ani, prin creșterea efectivelor interne, se estimează o scădere a prețului la porcul viu, care astăzi depășește media europeană. S-a precizat că în România predomină abatoarele de capacitate

mică. Integrarea în cooperative, după model spaniol sau german, este esențială pentru ca producătorii români să devină viabili pe piața largă.

Reprezentantul Fleichparty a evidențiat că accesul la raftul PENNY | REWE ROMANIA a permis companiei să crească și să investească în cercetare și dezvoltare, ridicând standardele de producție. Cu toate acestea, principala problemă rămâne lipsa competitivității, determinată nu doar de diferențele de preț la materia primă, ci mai ales de factori externi: lipsa forței de muncă, dificultatea accesării finanțărilor, inflația ridicată și costurile mari ale inputurilor. S-a mai amintit necesitatea unui plan național strategic pentru combaterea deficitului și creșterea competitivității, promovând integrarea lanțurilor valorice și dezvoltarea parteneriatelor (clustere) cu universități și școli profesionale. Reprezentantul Fleichparty a remarcat că, în ultimii ani, industria din România a fost nevoită să recupereze rapid decalajul tehnologic față de Vest, ceea ce a dus la marje de profit reduse. Lipsa de predictibilitate este văzută ca o problemă majoră și dificultatea de a utiliza tehnologii avansate precum inteligența artificială pentru analiză și planificare, spre deosebire de companiile vestice. Totodată, a atras atenția asupra provocărilor legate de integrarea lucrătorilor asiatici din cauza diferențelor culturale și costurilor suplimentare aferente. În final, a fost remarcat că reprezentarea producătorilor locali la nivel decizional rămâne scăzută, iar, pe viitor, Fleichparty este pregătită să se axeze mai mult pe produse 3RO și mai puțin pe export.

Reprezentantul Carmistin a evidențiat realizarea integrării verticale la produsele din pui, de la fermă la raft, și a menționat intenția companiei de a aplica același model pentru carnea de porc, fără a mai recurge la importuri. Totodată, a semnalat existența unei piețe negre la carnea de porc, care afectează industria. S-a adus în discuție protecția consumatorului român, având în vedere importurile masive de carne de pui și ouă din Ucraina, care sunt vândute ca produse românești doar pentru că sunt ambalate local, generând concurență neloială pe piață. A subliniat necesitatea educării consumatorului român pentru a fi conștient de proveniența și calitatea alimentelor pe care le consumă.

Reprezentantul Comtim a evidențiat ca principală realizare a proiectului 3RO a fost uniformizarea fluxului de vânzare, reușind să asigure o vânzare lunară constantă. Printre principalele provocări identificate se numără necesitatea investițiilor continue în biosecuritatea celor 42 de ferme naționale ale companiei, respectarea strictă a protocoalelor pentru a preveni răspândirea peștei porcine africane, dar și dificultățile legate de resursa umană, atât în ceea ce privește găsirea și menținerea personalului calificat, cât și calitatea forței de muncă. Altă provocare majoră menționată este optimizarea lanțului scurt de aprovizionare, esențial pentru competitivitate.

Reprezentantul Cristim a precizat că firma produce în prezent șapte articole care sunt 3RO, alegând să investească în reautorizarea unei capacități de producție dedicate acestui segment, chiar dacă acest lucru implică costuri mai mari față de alte linii de fabricație. Cristim operează cu arhitectură industrială separată pentru export și pentru produsele 3RO, fiind o companie 100% românească și mândră de această orientare strategică. Sensibilizarea și campaniile de promovare a beneficiilor produselor 3RO ar avea un impact pozitiv, ajutând la creșterea nivelului de informare și de preferință al consumatorilor pentru această categorie de produse.

Unul dintre reprezentanții Ministerului Finanțelor a amintit că au fost alocate 600 de milioane de euro pentru investiții în noi fabrici de procesare, estimând că efectele pozitive se vor resimți în următorii 2-3 ani. Prețul energiei continuă să fie o provocare majoră ce

influențează costurile de producție și că sunt în desfășurare eforturi pentru îmbunătățirea accesului la finanțare.

Reprezentantul Comisiei de Buget-Finanțe din Senatul României a evidențiat implementarea diverselor scheme de ajutor de stat pentru facilitarea accesului la capital, subliniind importanța garanției suverane care protejează bugetul public. A atras atenția că programele de finanțare ale capitalului de lucru ar trebui activate exclusiv în situații de criză, fiind necesară o calibrare mai precisă a politicilor publice pentru a răspunde eficient relației cauză-efect.

Reprezentantul AFIR a menționat că, în prezent, pentru segmentul de procesare, instituția domniei sale gestionează fonduri UE de 1 miliard de euro, iar restul de plată pentru anii următori va fi disponibil, exprimând deschiderea instituției pentru sprijin suplimentar. Domnia sa a clarificat că subvențiile vor rămâne în continuare structurate pe trei direcții principale: (a) subvenții pentru producția agricolă, care vor fi menținute; (b) subvenții pentru investiții în producție și procesare, deși aceste sume vor fi mai mici; (c) subvenții pentru cheltuielile operaționale necesare funcționării zilnice a afacerilor.

Reprezentantul ANSVSA a subliniat că pesta porcină reprezintă o provocare majoră pentru sectorul zootehnic, menționând că, deși ferme mari precum Comtim implementează măsuri de biosecuritate stricte, boala poate totuși pătrunde și este dificil de controlat din cauza multiplelor căi de transmitere. A evidențiat riscurile ridicate asociate exploatărilor non-profesionale, în special în gospodăriile țărănești, unde nu se pot respecta normele de biosecuritate și unde animalele bolnave sunt adesea sacrificate pentru consum propriu, perpetuând astfel răspândirea bolii. A atras atenția asupra rolului mistreților și păsărilor sălbatice ca vectori importanți de transmitere a pestei porcine, precum și asupra faptului că migrația umană poate contribui la apariția unor boli la nivelul fermelor, după cum recent s-a întâmplat cu febra aftoasă în Germania. A fost atrasă atenția asupra incidenței salmonelei la puii de carne, subliniind din nou importanța biosecurității în aprovizionarea fermelor cu pui de o zi, precum și necesitatea monitorizării stricte a acestui aspect pentru evitarea contaminărilor.

Un alt reprezentant MADR a informat că există o strategie națională de promovare a produselor agro-alimentare românești, elaborată pe baza unor studii ale Băncii Mondiale. În cadrul acesteia a fost realizat și un spot publicitar pentru promovarea schemelor de calitate și creșterea conștientizării consumatorilor, însă difuzarea acestuia a fost limitată din cauza constrângerilor de buget. A menționat și importanța recunoașterii produselor cu Denumire de Origine Protejată (DOP), precum Salamul de Sibiu (IGP).

OPORTUNITĂȚI

În urma discuțiilor purtate la masa rotundă au putut fi identificate următoarele oportunități pentru fabricarea produselor „3RO” și dezvoltarea programului omonim al PENNY | REWE ROMANIA, precum și, implicit, pentru reducerea deficitului comercial în sectorul Carne. Oportunitățile au fost grupate în trei direcții strategice principale:

(I) Lanț valoric și producție – Investiții în infrastructura fermelor, în lanțul logistic și în tehnologii agricole care să crească volumul și calitatea materiilor prime și a produselor procesate pe lanțul valoric;

(II) Fiscalitate – Reformarea politicilor fiscale, legislative și a lanțului logistic pentru a susține investițiile și eficiența sectorului;

(III) Educație, inovație și resurse umane – Formarea profesională și inovarea continuă, prin educație și proiecte dedicate, pentru a asigura specialiști și soluții moderne în industrie.

I. Lanț valoric și producție

- Identificarea de soluții care să permită utilizarea materiei prime locale de carne de porc, cu implementarea unor măsuri suplimentare de biosecuritate și trasabilitate pentru protejarea de pesta porcină africană.
- Asigurarea unor surse de finanțare accesibile pentru investiții în abatoare mari, cu sisteme moderne de management și trasabilitate digitalizată (sisteme de creditare compatibile cu cele ale concurenților din UE, fonduri europene nerambursabile, finanțări din bugetul de stat etc), inclusiv acordarea unor facilități fiscale pentru realizarea acestor investiții.
- Finanțarea, din fonduri nerambursabile europene sau naționale, a unor proiecte integrate de producție și procesare a materiilor prime de natură agricolă realizate în țara noastră.
- Implementarea unui sistem de monitorizare a trasabilității pentru materiile prime de natură agricolă.
- Dezvoltarea de sub-produse noi din carne pentru a crește volumul producției locale.
- Identificarea de modalități de certificare duală (intern/export) în unitățile de procesare de carne de porc, astfel încât acestea să nu mai fie nevoite să aibă linii de producție separate și minimizând, astfel, costurile de investiție suplimentară.
- Dezvoltarea clusterelor regionale de procesare pentru creșterea volumului de materie primă locală și reducerea dependenței de import.
- Reducerea plafonului de suine per familie și introducerea unor controale sanitar-veterinare stricte pentru prevenirea pestei porcine și a altor forme de controale pentru a combate comerțul ilicit.
- Crearea unui registru digital unic pentru trasabilitatea porcilor.
- Monitorizare intensificată și controale asupra fluxurilor ilicite, corelată cu campanii de informare privind riscurile pieței negre.
- Inițiative de transformare graduală a gospodăriilor non-profesionale în microferme integrabile în sistemul 3RO, care să respecte măsurile de biosecuritate.
- Implementarea unui registru digital pentru trasabilitatea puilor de o zi, gestionarea riscurilor de salmonela și audituri periodice la furnizori.

- Crearea de protocoale integrate de biosecuritate, validare permanentă a normelor și formare dedicată pentru crescătorii mici și mari, pentru reducerea riscului pestei porcine și altor boli.

II. Fiscalitate

- Condiționarea subvențiilor pentru animale de producția efectivă și nu doar depunerea animalelor. Corelarea subvențiilor cu livrarea către procesatori autorizați.
- Prioritizarea subvențiilor acordate fermierilor care aduc materia primă în lanțul de procesare local, garantând trasabilitatea și stimulând sectorul formal.
- Subvenții ținute spre materiile prime de calitate procesate local (de ex., carne de porc) pentru a egaliza costurile față de importuri și pentru a stimula lanțul valoric românesc.
- Reduceri sau deduceri fiscale, respectiv măsuri de susținere a diferenței de dobândă percepută de către băncile din țara noastră și cele din UE, pentru fermierii și procesatorii care respectă standarde IGP/3RO.
- Contracte pe termen lung (futures) între fermieri și procesatori pentru o mai bună predictibilitate și o garantare a producției, respectiv a aprovizionării pe termen lung.

III. Educație, inovație și resurse umane

- Programe de conștientizare la nivel local pentru explicarea riscurilor sacrificării porcilor bolnavi, a transmiterii zoonozei și a responsabilității față de comunitatea agricolă.
- Crearea unor grupuri de lucru mixte pentru campanii publice, training comun și elaborarea de ghiduri pentru combaterea zoonozelor în sectorul agroalimentar.
- Susținerea cercetării și dezvoltării de noi produse din carne cu valoare adăugată, inclusiv sub-produse, pentru diversificarea portofoliului și creșterea competitivității.
- Crearea de școli duale și centre de formare profesională pentru meserii din industria cărnii: măcelar, tehnolog alimentar, operator de linie.

Minută Masa rotundă – Sectorul „Lactate”

Miercuri, 15 octombrie 2025, între ora 9.30 și 12.30, a avut loc a doua masă rotundă din cadrul proiectului *„Consolidarea producției naționale în sectoare agroalimentare strategice pentru reducerea deficitului comercial al României (Studiu de caz: PENNY | REWE ROMANIA, ediția 2025)”*, desfășurat de PENNY | REWE ROMANIA în parteneriat cu Academia de Studii Economice din București. Evenimentul a avut loc în sala 372, etajul 1, Ministerul Finanțelor. Au participat reprezentanți de la: PENNY | REWE ROMANIA; Facultatea de administrarea afacerilor, cu predare în limbi străine (FABIZ) – ASE București; Ministerul Finanțelor; ANSVSA; Cancelaria Primului Ministru; Consiliul Concurenței; Group Lactatis; Teletext / Diami; Simultan; Comisia pentru buget, finanțe, activitate bancară și piață de capital, Senatul României; Agenția Corporate Affairs Strategies; Agenția MSL The Practice; MADR; APIA; AFIR.

Industria lactatelor din România este marcată de un deficit comercial accentuat și persistent, rezultat al dezechilibrului dintre cererea internă în creștere și producția limitată de materie primă locală. Sau, cu alte cuvinte, un dezechilibru între o cerere tot mai sofisticată din partea consumatorilor și o ofertă internă slab integrată pe lanț. Mulți ani, piața românească a lactatelor s-a caracterizat printr-un consum ridicat de lactate proaspete: lapte, iaurt, smântână, telemea. În ultimii ani, însă, pe măsura maturizării pieței și a educației tot mai ridicate a consumatorilor, aceștia au început să manifeste preferințe pentru produse gourmet ca brânzeturile maturate, crescând segmentul premium al pieței. Pe de-o parte, aceasta este o tendință îmbucurătoare, care denotă dezvoltarea economică a României și arată că piața autohtonă se maturizează prin diversificarea intereselor și a preferințelor consumatorilor. Doar că, în țară, lipsesc capacitățile de procesare pentru acest segment premium, industria românească nereușind să valorifice pe deplin potențialul pentru gourmet ca răspuns la cererea tot mai sofisticată și depinzând, astfel, de importuri.

Conform datelor statistice, raportul import/export este de 1 la 4, doar 25% din exporturi reușind să acopere valoarea importurilor. Problema structurală a procesatorilor români, așa cum a reieșit din discuțiile din jurul mesei rotunde, nu este lipsa de investiții, ci materia primă insuficientă și slab integrată, și, ca atare, mai scumpă decât în străinătate. Fără capitalizarea potențialului agricol, atragerea de fermieri performanți, valorificarea pășunilor și o politică activă de promovare a produselor locale, industria va rămâne la discreția importurilor și a presiunii prețului spot.

Un sector fragmentat

Deși România dispune de capacități industriale și de condiții naturale favorabile (sol, climă), sistemul lactat este fragmentat și dependent parțial de importuri – în special pentru lapte crud, grăsimi lactate și lapte praf. Multe ferme din România sunt mici afaceri de familie, dificil de integrat în lanțuri industriale mari, din cauza producției reduse ca volum, dar, deseori, și a slabei calități a laptelui. Fermele mici domină ca număr, dar nu ca volum de afaceri. Din cauza fragmentării și a dimensiunilor reduse ale majorității fermelor, este dificil de produs lactate care să fie și competitive, dar și cu origine românească. În plus, standardele legislative și veterinarie descurajează fermierii mici, care nu se pot conforma fără investiții suplimentare.

Investițiile necesare pentru atingerea standardelor NTG și NCS sunt greu de realizat pentru fermele mici, fiind un obstacol major pentru accesul la piața industrială. Sănătatea animalelor din fermele mici este mai precară decât a celor din marile ferme, ceea ce influențează direct cantitatea și calitatea laptelui. Apoi, micii fermieri obișnuiesc să trateze animalele cu antibiotice pentru afecțiuni (ex. ongloane), ceea ce poate produce reziduuri nedorite, afectând conformitatea și siguranța laptelui. Fermele mici nu reușesc să atingă standardele de calitate din lipsă de resurse pentru investiții în infrastructură, ceea ce reduce accesul lor la procesare.

Provocarea majoră rămâne acoperirea constantă a volumului și calității necesare pentru procesare și export. Deficitul de materie primă afectează întreaga industrie, reducând posibilitatea de creștere și competitivitate a procesatorilor autohtoni și obligând la importuri. Lipsa asocierilor (indiferent de formă) îngreunează accesul la piețele mari sau la investițiile de anvergură. Costurile mari de producție la fermieri (mai ales că este vorba despre o industrie energofagă) îi fac adesea pe procesatori să se uite către străinătate pentru importuri. Însă, nu doar prețul, ci și calitatea produsului și garanția livrărilor joacă un rol. Fragmentarea sectorului intern îngreunează uniformizarea produselor procesate, mai ales dacă în spate nu există un flux constant și previzibil de livrări, iar de aici mai departe este afectată și scalabilitatea.

Piață de masă vs. produse fine

Dacă România exportă produse lactate cu valoare adăugată redusă, importă, în schimb, articole procesate cu valoare adăugată ridicată, cum ar fi brânzeturile gourmet. Procesarea avansată necesită investiții ridicate în maturare și tehnologii specifice, ceea ce face ca o mare parte a industriei locale să se concentreze pe produse mass-market sau tradiționale, dar cu valoare adăugată redusă. La nivel de ansamblu, cultura gastronomică pentru gourmet este relativ recentă, preferințele consumatorului român pentru acest tip de brânzeturi dezvoltându-se în tranziția post-comunistă și, mai exact, de abia în ultimii 20-25 de ani, odată cu intrarea retailerilor internaționali pe piața autohtonă și cu diversitatea de produse gourmet aduse de aceștia la raft. În rest, piața românească a fost și continuă să fie consumatoare de produse tradiționale (telemea, caș etc.), de consum curent, și nu de sortimente sofisticate, ceea ce duce și la altă realitate: lipsa unor branduri autohtone puternice pe segmentul gourmet. Brandurile existente aparțin de obicei micilor producători și sunt destinate unor nișe de piață, fără penetrare deosebită la export. Brevetele de indicații geografice, atâtea câte sunt, se îndreaptă tot către produsele tradiționale (de exemplu, Telemeaua de Sibiu). În anul 2025, România procesează puțin peste 3 milioane litri de lapte zilnic, dintre care circa 500.000 litri provin din importuri. Segmentul brânzeturilor premium și al lactatelor gourmet accentuează deficitul, deoarece industria locală nu reușește să acopere cererea de produse cu valoare adăugată ridicată.

Chiar și acolo unde există investiții recente în procesare, sectorul suferă din cauza deficitului de materie primă și a dezechilibrelor de pe lanțul valoric. Group Lactatis, unul dintre cei mai mari procesatori din România, folosește 90% materie primă din proveniență locală, dar, chiar și așa, compania se vede nevoită să apeleze și la importuri din cauza calității neuniforme a laptelui și a fluctuațiilor sezoniere. Calitatea scăzută a fost pusă de participanții de la masa rotundă pe seama fragmentării sectorului zootehnic la mulți fermieri mici, care nu dețin capacitățile de a produce nici calitativ, nici cantitativ la standardele și la necesarul procesatorilor: 80% din efectivele de vaci se află încă în unități gospodărești mici, de subzistență (adesea cu doar două sau trei capete în creștere), fără infrastructură adecvată (săli

de muls, echipamente moderne) și care nu pot asigura standardele NTG/NCS pentru procesare. Mai mult decât atât, unitățile mici sunt predispușe problemelor veterinare, micii fermieri apelând la antibiotice pentru a trata bolile animalelor, ceea ce conduce la scăderea calității laptelui.

Importuri de lapte brut și de grăsimi lactate

De aceea, mulți procesatori recurg la importuri masive de lapte brut și de grăsimi lactate care să fie utilizate în producție (care ridică semen mari de întrebare legate de sănătatea alimentelor). Grăsimile reprezintă una dintre problemele majore ale sectorului lactatelor din România, deoarece industria națională nu produce toate tipurile de grăsimi necesare la procesare, fiind nevoie de importuri, ceea ce afectează balanța comercială.

Avansul importurilor de lapte brut este semnificativ, astfel: în anul 2024, România a importat cu 39% mai mult față de anul anterior, ajungând la aproape 160.000 tone aduse pentru procesare (față de 1,26 milioane tone colectate intern). Anual, pe piața locală ajung, prin import, peste 220 de milioane de litri de lapte, România devenind piață de desfacere pentru marii exportatori europeni – Ungaria, Germania, Polonia, Cehia, Franța.

Apoi, presiunea prețurilor la import (lapte cu până la 20% mai ieftin adus din Ungaria) accentuează dezechilibrul, ceea ce poate duce la un cerc vicios dacă, demotivați, fermierii vor renunța la producție din lipsă de rentabilitate. Pe lângă fragmentarea sectorului zootehnic și implicita calitate slabă a laptelui, alte cauze structurale ale deficitului comercial și totodată provocări pentru procesatori sunt deficitul de forță de muncă sau slaba pregătire a acestora (în special în zonele rurale și în orașele mici), costurile energetice ridicate (un ghimpe în cazul produselor puternic energofage precum lactatele), precum și politicile fiscale nefavorabile investițiilor. Deficitul de personal calificat, mai ales în mediul rural, afectează producția și colectarea; există dificultăți în atragerea și formarea de resurse umane.

Problema personalului, a subvențiilor și ruptura dintre vegetal, zootehnic și procesare

Lipsa irigațiilor afectează sectorul vegetal și limitează baza de furaje de calitate, care, mai departe, ar permite obținerea unui lapte de calitate mai ridicată. Puși în fața unor furaje de calitate redusă sau la costuri ridicate, procesatorii români pornesc cu un dezavantaj față de concurența continentală. Această ruptură încă din fașă dintre vegetal, zootehnie și procesare duce la costuri ridicate și variații mari de preț pe întreg lanțul de producție.

Reprezentanții Teletext / Diami au declarat la masa rotundă că și-au concentrat investițiile asupra integrării pe verticală, reușind să acopere 40% din necesarul de lapte pentru producție din ferma proprie, iar în rest prin achiziție, majoritar din România și doar 1-2% din import. Una dintre marile probleme semnalate la masa rotundă a fost că subvențiile oferite de stat în sectorul zootehnic nu au reprezentat altceva decât o formă mascată de protecție socială, prin sprijinirea fermelor mici de subzistență, ceea ce nu stimulează performanța sau creșterea calității. Apare, astfel, o formă de sprijin care se concentrează mai mult pe supraviețuire, nu spre dezvoltare sau spre tehnologizare. Subvențiile acordate fermelor mici sunt percepute ca măsuri sociale, nu ca stimulente pentru agricultură performantă, menținând sectorul fragmentat și inefficient. Subvenția nu a fost condiționată de trimiterea laptelui spre procesare, după cum menționează procesatorii, ci a fost acordată pur și simplu pentru deținerea de capete în gospodărie. În opinia procesatorilor prezenți la discuții, astfel de subvenții duc la apariția unei

piețe cu materie primă inferioară necesarului lor de calitate, lipsa de performanță la nivel de fermă ducând și la prețuri oscilante. Reprezentanții procesatorilor au afirmat că subvențiile ar trebui condiționate de performanță, respectiv direcționate către fermele comerciale mari, care pot asigura un lapte de densitate ridicată, esențial pentru producția lactatelor de calitate (ex. cașcaval maturat). Fragmentarea sprijinului diluează eficiența și perpetuează slăbiciunea sistemului zootehnic.

Inițiativa 3RO ca vector de creștere a competitivității

Inițiativa 3RO a PENNY | REWE ROMANIA a devenit un vector de eficientizare și de creștere a competitivității procesatorilor, colaborarea dintre retailer și aceștia din urmă consolidând lanțul local. Pornind de la parteneriatul cu PENNY | REWE ROMANIA, Group Lactalis România a preluat ideea și a început să producă 3RO și pentru restul pieței, aflându-se însă acolo la jumătate din ce reușește să furnizeze lui PENNY | REWE ROMANIA, dar, cu eforturi susținute de a crește ponderea.

Astfel, apar semne dătătoare de speranță, dintre care pot fi amintite următoarele:

- Investițiile majore în procesare și în retail: Lactalis (90 mil. euro), Simultan (fabrică nouă), PENNY | REWE ROMANIA (3 mld. euro în 5 ani pentru ecosistemul local);
- Creșterea graduală a fermelor comerciale, de la 14,6% (în anul 2023) la 17% (în anul 2024) din efectivul total. Această creștere, deși lentă, indică tendința de profesionalizare a sistemului și elimină treptat fermele mici din industrie, care nu fac față potențialului de investiții al fermelor comerciale, nici logicii pieței;
- Progrese vizibile la telemeaua vândută la rafturile PENNY | REWE ROMANIA: din produs importat în anul 2020 la produs fabricat 3RO în anul 2025;
- Relansarea, din anul 2026, a fabricii de lapte praf de la Remetea, județul Harghita.

Reprezentantul Group Lactalis România a prezentat structura, modul de operare și prioritățile holdingului care reunește Albalact, Covalact și Dornalact, evidențiind strategia de valorificare locală a resurselor, problemele din lanțul de aprovizionare și dificultățile întâmpinate în menținerea competitivității pe piața românească și internațională. Au fost menționate eforturile grupului de a investi în dezvoltarea producției, atât în direcția produselor autohtone, cât și a exportului, accentuând totodată necesitatea adaptării la provocările curente, de la deficitul de materie primă la resursa umană și la evoluțiile din consumul intern și extern. Accentul a fost pus pe nevoia de eficiență, dar și pe eforturile de integrare a brandurilor internaționale în portofoliul local, adaptate specificului pieței românești. Modelul descentralizat pe cele trei fabrici sprijină adaptarea la realitățile regionale și valorificarea acestora și permite abordarea particularizată a provocărilor operaționale. Lactalis urmărește să valorifice local toate resursele disponibile, preferând materia primă românească pentru fabricile din Câmpulung Moldovenesc și Sf. Gheorghe, în timp ce la Oieșdea (jud. Alba) întâmpină încă unele provocări. Acolo unde se poate, producția se bazează pe lapte exclusiv autohton, pentru un impact cât mai mare asupra economiei locale. Din păcate, deficitul de materie primă și calitatea inconstantă a laptelui românesc obligă Grupul Lactalis, în unele cazuri, să importe lapte, în ciuda numeroaselor parteneriate cu fermele locale.

Relația cu PENNY | REWE ROMANIA permite livrarea a 80% produse 3RO, mult peste media pieței (35-40%). Mărirea ponderii de produse autohtone la vânzare se menține ca obiectiv strategic, Grupul Lactatis putând fi sprijinit în acest demers de colaborarea cu retailerii de anvergură, care ar susține penetrarea produselor locale pe piață. Grupul Lactatis reușește să producă chiar și branduri internaționale ale Grupului sub sigla „3RO”, reflectând ambiția integrării locale a unor mărci globale: Asigurarea volumului și calității necesare pentru procesare rămâne o provocare permanentă, întrucât, a produce și românește, dar și competitiv se dovedește a fi o mare provocare.

Piața din România consumă preponderent produse cu un conținut ridicat de grăsime (ex. smântână, unt), dar industria depinde de importuri pentru grăsimi, ceea ce afectează balanța comercială. Industria românească are dificultăți în a produce local toate tipurile de grăsimi necesare.

Consumul direct, nefiscalizat, de la fermă către consumator există încă în România, ceea ce creează provocări de trasabilitate și control al calității. O parte semnificativă a laptelui colectat nu intră în circuitul fiscalizat. O problemă de dată recentă este că, pe piața românească de „lactate proaspete” au apărut produse importate, deși piața era considerată protejată prin geografie și prin infrastructură. Această tendință creează presiuni suplimentare asupra producătorilor locali, întrucât extinderea canalelor de import pe segmentul proaspăt transformă competiția și provocările de piață. Este remarcată o deschidere tot mai mare a lactatelor românești către export, doar că producția pentru export impune noi provocări tehnologice și logistice, una dintre cele mai importante fiind necesitatea unui termen de valabilitate extins (minim 60-70 de zile), constrângere ce impune standarde ridicate de procesare. Condiționat de existența acestui termen de valabilitate îndelungat, exportul rămâne o *fata morgana* pentru mulți procesatori autohtoni, mai ales pentru cei fără mari posibilități de investiții care să permită prelungirea vieții la raft a produselor.

Intervențiile din partea reprezentanților Teletext/Diami au adus în discuție aspectele cheie ale integrării lanțului agro-alimentar, evidențiind dificultățile din sectorul vegetal și din zootehnie, realitatea subvențiilor și provocările legislative care influențează calitatea și competitivitatea producției de lapte din România. Teletext/Diami propune un model de afaceri care integrează vegetalul și zootehnia în procesarea lactatelor. În ciuda încercării de reducere a costurilor și de creștere a eficienței prin integrare, modelul se confruntă cu probleme cum ar fi lipsa irigațiilor sau subvențiile insuficiente. Din totalul laptelui procesat de Teletext/Diami, 40% provine din ferma proprie, restul este achiziționat intern; importurile de lapte pentru procesare au scăzut la 1-2%, ceea ce reflectă o îmbunătățire față de perioadele anterioare. Prețul laptelui de import este volatil, ceea ce complică planificarea și previzionarea costurilor pentru procesatori. Investițiile în procesare au crescut, însă problemele majore se regăsesc în zona de producție vegetală și zootehnie, unde calitatea materiei prime nu poate fi asigurată constant. Subvențiile direcționate spre ferme mici sunt percepute ca forme mascate de ajutor social, nu ca stimulente reale pentru agricultură performantă.

Reprezentantul ANSVSA a precizat că normele legislative (NTG și NCS) impun standarde stricte pentru lapte, care descurajează fermierii și fac dificilă conformarea; fermierii mici nu pot atinge aceste standarde fără investiții suplimentare.

Reprezentantul MADR a subliniat diferențele structurale dintre fermele mici și mari, prezentând modelele europene și americane de organizare a industriei lactatelor. Apoi, a detaliat tranziția pieței românești spre ferme comerciale și impactul acestui fenomen asupra eficienței și logisticii lanțului de aprovizionare. Fermele mari dispun de infrastructură modernă (săli de muls), ceea ce permite producerea unui lapte de calitate superioară. Fermele mici, fie nu își permit investiții similare, fie nu pot respecta standardele de calitate, din cauza costurilor ridicate. Discrepanța de infrastructură între fermele mari și cele mici se reflectă direct în calitatea produselor livrate către procesatori.

La nivel internațional există două modele majore: cooperative de tip francez (care includ business integrat și procesare comună) și ferme mari corporatiste de tip american, axate exclusiv pe producția de lapte la scară industrială. Fiecare model prezintă avantaje structurale și economice distincte, iar România trebuie să decidă care model se potrivește ecosistemului său agricol.

Structura producției de lapte în România este în ușoară schimbare: dacă anterior predominau gospodăriile mici, după anul 2022 s-a accelerat transferul către ferme comerciale. Numărul total de vaci a scăzut (de la 1,15 milioane capete în 2022 la 1,13 milioane în 2023), dar ponderea efectivului din fermele mari a crescut (de la 14,6% în anul 2023 la 17% în anul 2024). Aceasta indică un proces natural de concentrare și profesionalizare. Fermele mari cresc ca dimensiune și importanță, cu efect de reducere a numărului de furnizori, ceea ce face ca logistica să devină mai eficientă. Pe termen lung, această concentrare poate genera o piață mai ordonată, cu traiectorie ascendentă pentru calitate și competitivitate.

Avantajul fermelor comerciale este eficiența mai ridicată, evidențiată de datele statistice: deși efectivele totale scad cu 1% anual, producția totală de lapte este în continuă creștere (3% în perioada 2022-2023, 1,5% între anii 2023 și 2024).

Reprezentantul Simultan a prezentat provocările și inițiativele companiei privind investițiile în sectorul lactatelor, accentuând deficiențele legate de materie primă și oportunitățile generate prin atragerea de investitori și fermieri străini. A fost punctată importanța unei campanii naționale pentru susținerea produselor românești și necesitatea unor politici active de stimulare a producției locale. Simultan a realizat investiții semnificative într-o fabrică nouă, folosind exclusiv fonduri proprii, ceea ce reprezintă un angajament ferm pentru modernizarea sectorului procesării lactatelor, numai că insuficiența materiei prime reprezintă o barieră majoră pentru dezvoltarea procesării lactatelor la nivel național. Procesarea industrială este limitată direct de lipsa volumelor suficiente de lapte local. Volumul mare de importuri de materie primă arată necesitatea creșterii capacității fermelor locale. A mai fost subliniată problema pășunilor neexploatate, a căror valorificare ar fi importantă pentru dezvoltarea sectorului zootehnic.

Reprezentantul ANSVSA a clarificat rolul instituției în sectorul lactatelor, subliniind dimensiunea tehnică a sprijinului acordat producătorilor, în special privind supravegherea sanitar-veterinară și facilitarea exportului. Domnia sa a evidențiat dificultățile întâmpinate pe piețele externe, chiar și pentru produsele românești de calitate, accentuând presiunile competitive, în special din partea exportatorilor consacrați precum Polonia. ANSVSA oferă suport tehnic, nu financiar, axându-se pe supravegherea sanitar-veterinară a produselor

alimentare de origine animală. Rolul instituției este de a asigura standarde ridicate de siguranță alimentară și sănătate publică. ANSVSA sprijină procesul de negociere cu autoritățile din alte țări pentru stabilirea condițiilor de export.

Unul dintre reprezentanții Ministerului Finanțelor a remarcat că, la fel ca în cazul cărnii, provocarea principală în industria lactatelor nu este la nivelul procesării, ci la aprovizionarea cu materie primă. A fost sugerată formarea de cooperative ca soluție organizatorică și a fost pusă sub semnul întrebării eficiența fondurilor destinate agriculturii, din perspectiva impactului economic real. Problema structurală a sectorului lactatelor din România este lipsa materiei prime, nu procesarea, care este deja bine dezvoltată.

OPORTUNITĂȚI

În urma discuțiilor purtate la masa rotundă au putut fi identificate următoarele oportunități pentru fabricarea produselor „3RO” și dezvoltarea programului omonim al PENNY | REWE ROMANIA, precum și, implicit, pentru reducerea deficitului comercial. Oportunitățile au fost grupate în cinci direcții strategice principale:

- (I) Modernizarea și creșterea capacității de producție primară** – Investiții în infrastructura fermelor și tehnologii agricole care să crească volumul și calitatea laptelui produs local;
- (II) Cooperare între actori** – Organizarea fermierilor și procesatorilor în cooperative sau parteneriate pentru eficiență sporită și acces mai bun la piață;
- (III) Diversificare, aliniere și inovație** – Dezvoltarea de noi produse și adaptarea ofertei la cerințele pieței interne și externe pentru creșterea competitivității;
- (IV) Fiscalitate** – Reformarea politicilor fiscale, legislative și a lanțului logistic pentru a susține investițiile și eficiența sectorului;
- (V) Educație, Inovație și Resurse Umane** – Formarea profesională și inovarea continuă, prin educație și proiecte dedicate, pentru a asigura specialiști și soluții moderne în industrie.

(I) Modernizarea și creșterea capacității de producție primară

- Identificarea de surse de finanțare pentru realizarea de investiții țintite către fermele mari / mijlocii;
- Asigurarea unui sistem de susținere financiară a producției de lapte (materie primă), care să acopere diferența de preț al inputurilor (energie, gaze, combustibil, dobânda la credit), pentru a se asigura o concurență loială pe piața europeană;
- Crearea unui sistem national de colectare și procesare a laptelui prin cooperative regionale;
- Mutarea accentului pe dezvoltare de la procesare la sectorul de producție primară (ferme de creștere a vacilor de lapte), în special către fermele mari, în vederea eliminării exploatațiilor neeficiente;
- Investiții în săli de mulș, management veterinar, sisteme de irigații și igienă – ceea ce ar ajuta sectorul vegetal și fermele să producă mai eficient și, totodată, să asigure o calitate constantă a materiei prime;

- Sprijin (inclusiv fonduri dedicate și training) pentru ca fermele mici să poată atinge standarde de calitate ridicate și să fie integrate în lanțul valoric;
- Investiții și programe de susținere pentru valorificarea pășunilor ca resurse pentru creșterea volumului de lapte produs local, inclusiv stimulente pentru fermieri;
- Investiții în înființarea de fabrici de lapte praf, grăsimi lactate și brânzeturi maturate;
- Dezvoltarea producției de mozzarella în sistem 3RO, un tip de brânză care atrage tot mai mulți consumatori și are tot mai mulți clienți industriali, și pentru care există capacități de procesare în România;
- Dezvoltarea producției de telemea în saramură în sistem 3RO;
- Dezvoltarea producției de iaurt cu fructe în sistem 3RO, având în vedere că trei sferturi dintre români consumă iaurt de cel puțin două sau trei ori pe săptămână⁶.

(II) Cooperare între actori

- Încurajarea înființării de cooperative integrate (model francez), pentru a facilita accesul la piață, colectare centralizată, investiții în tehnologie și eficiență sporită;
- Consolidarea parteneriatelor cu retaileri mari. Extinderea modelului PENNY 3RO pe piața largă, promovarea contractelor stabile pentru produse 3RO, integrarea completă pe verticală (materie primă, procesare, ambalare, raft);
- Atragerea fermierilor/investitorilor străini prin organizarea de târguri și expoziții pentru a aduce know-how și investiții directe în sectorul zootehnic;
- Crearea, consolidarea și dezvoltarea unor parteneriate ferme-procesator, sub forma așa numitelor „contracte integratoare”;
- Folosirea tendinței de creștere a costului transportului internațional drept argument strategic pentru reducerea importurilor și dezvoltarea producției locale de lactate.

(III) Diversificare, aliniere și inovație

- Dezvoltarea de produse premium și de nișă cu valoare adăugată mare (lapte praf, lactate gourmet);
- Dezvoltarea de produse lactate 3RO care să fie promovate și comercializate ca alternativă sănătoasă la consumul de proteină. Un posibil segment de exploatat ar fi cel vegan;
- Accentuarea inițiativei 3RO pe segmentul lactatelor proaspete pentru a contracara presiunea în creștere venită dinspre importuri pe acest segment;
- Construirea și promovarea unor branduri românești clar definite, cu accent pe originea geografică și pe tradiția lactatelor autohtone;
- Alinierea producției la tendințele de consum intern și cerințele piețelor de export, inclusiv extinderea termenului de valabilitate și certificări pentru acces pe piețe premium;
- Campanii dedicate pentru promovarea produselor românești competitive la preț, comunicate clare despre beneficiile economice și de trasabilitate;

⁶ Broșura PENNY | REWE ROMANIA – 100 de idei de business pentru România, 2022.

- Creșterea notorietății produselor 3RO prin campanii de comunicare constante, coerente și relevante;
- Dezvoltarea de platforme online dedicate promovării și comercializării produselor lactate românești (atât pe piața internă, cât și pe cele externe);
- Capitalizarea avantajelor naturale ale agriculturii românești (teren agricol fertil, pajiști naturale, climă etc.).

(IV) Fiscalitate

- Adaptarea politicilor fiscale pentru a stimula investițiile pe termen lung, facilitarea fiscalizării consumului direct, creare de scheme flexibile de ajutor de stat pentru achiziția de tehnologii și procese inovatoare.
- Crearea pieței spot funcționale pentru lapte.

(V) Educație și resurse umane

- Programe educaționale și parteneriate cu instituții pentru formarea de specialiști în zootehnie, colectare, procesare;
- Crearea de think tank-uri și platforme de dialog ca spații de reflecție și inovare pentru planificarea strategică și promovarea soluțiilor sectoriale inteligente;
- Relansarea unei campanii naționale de conștientizare și promovare pentru alegerea produselor 3RO / românești (ceea ce ar mai reduce și din sensibilitatea la preț a consumatorilor).

Minută Masa rotundă – Sectorul „Dulciuri, snacks și patiserie”

Vineri, 17 octombrie 2025, între ora 9.30 și 12.30, a avut loc a treia masă rotundă din cadrul proiectului *„Consolidarea producției naționale în sectoare agroalimentare strategice pentru reducerea deficitului comercial al României (Studiu de caz: PENNY | REWE ROMANIA, ediția 2025)”*, desfășurat de PENNY | REWE ROMANIA în parteneriat cu Academia de Studii Economice din București. Evenimentul a avut loc în sala 372, etajul 1, Ministerul Finanțelor.

Au participat reprezentanți de la: PENNY | REWE ROMANIA; Facultatea de administrarea afacerilor, cu predare în limbi străine (FABIZ) – ASE București; Ministerul Finanțelor; ANSVSA; Cancelaria Primului Ministru; Consiliul Concurenței; ALKA Trading & Co.; Intersnack; Mondelez; Comisia pentru buget, finanțe, activitate bancară și piață de capital, Senatul României; Agenția Corporate Affairs Strategies; Agenția MSL The Practice; MADR; APIA; AFIR.

Industria dulciurilor și a snacks-urilor din România este în continuă expansiune, doar că, în condițiile unor importuri ridicate, această dinamică este o sabie cu două tăișuri, aducând, pe lângă oportunități, și numeroase provocări. Dependența de importuri și lipsa unei strategii industriale (naționale) coerente și pe termen lung fac ca deficitul comercial să se apropie de un miliard de euro.

Schimbările din piața locală de snacking sunt rapide, produse în principal de o cerere în creștere cu accent pe inovație, susținută de procesul de urbanizare și de orientarea consumatorilor către cultura produselor „ready-to-eat” sau „on-the-go”. Pe de-o parte, această cerere tot mai variată a consumatorilor face loc la raft unor mixuri noi de produse și cu gusturi diversificate. Pe de altă parte, reversul medaliei este că tocmai această dorință de a încerca variante noi pune presiune pe procurarea de materie primă care nu se găsește pe plan local sau pe procesarea specializată. În plus, supus presiunilor inflaționiste, consumatorul român este sensibil la preț, alegând adesea snacks-uri sau dulciuri din import la prețuri mai avantajoase. Nefiind pregătiți să plătească un preț premium pentru produse 3RO, consumatorii sunt predispuși să dea curs ofertelor din import disponibile la prețuri avantajoase, ceea ce constrânge marjele de profit ale procesatorilor locali, iar la nivel macroeconomic aduce riscul de adâncire a deficitului comercial.

Goana consumatorului după oferte mai avantajoase este sinonimă cu lipsa unei legături de încredere între consumator și brandurile procesatorilor locali, afectându-le acestora din urmă stabilitatea și marjele de profit.

Loialitatea volatilă față de mărcile produse în sistem 3RO se traduce prin presiune pe preț și dependență de promoții. Aici, participanții la masa rotundă au căzut de acord că ar fi binevenite campanii de informare și educare a consumatorilor pentru a mai reduce din expunerea crescută la promoții și a-i îndrepta pe aceștia din urmă înspre produse 3RO.

Din discuțiile purtate de reprezentanții industriei și ai instituțiilor publice la masa rotundă, au fost identificate câteva cauze structurale ale deficitului, dar și un paradox fatidic pentru sectorul dulciurilor, snacks-urilor și al patiseriei: dacă reprezentanții industriei procesatoare afirmă că ei dețin capacitățile de producție și tehnologiile inovatoare pentru contribui la reducerea deficitului comercial, doar că le lipsește materia primă produsă în România,

reprezentanții instituțiilor publice subliniază un dezechilibru structural între producția agricolă ridicată și gradul redus de procesare internă.

Agricultura națională continuă să funcționeze în logica păguboasă a exportului de materii prime sau produse slab prelucrate, urmat de importul de produse finite cu valoare adăugată mare. Lipsa capacităților de depozitare îi determină pe fermieri să dea grâul sau alte produse agricole la export, adesea la prețuri reduse, în detrimentul direcționării lor spre piața locală de procesare.

Deși România dispune de o bază agricolă semnificativă, infrastructura precară (depozite moderne, sisteme de irigații, logistică de transport etc.) și lipsa integrării industriale între ferme și centrele procesare face ca materia primă să fie utilizată (intern) sau exportată ca produs brut, imediat după recoltă, limitând accesul procesatorilor la materie primă stabilă și constantă. Această ruptură în verigă îngreunează „scurtarea” lanțurilor de producție locală și, implicit, afectează competitivitatea produselor românești. Una dintre problemele semnalate de participanți a fost lipsa infrastructurii de depozitare la fermieri, ceea ce îi face pe aceștia din urmă să vândă „din câmp” direct la procesatori și restul la export, dacă nu chiar totul la export. În lipsa unei depozitări care să asigure accesul la materie primă pe o perioadă mai îndelungată, procesatorii sunt dependenți de momentul recoltei pentru accesul la materie primă locală, iar apoi de importuri, ceea ce menține sectorul la un nivel redus de competitivitate (internațională), în ciuda unor investiții semnificative făcute pe plan local. Unii dintre procesatori și-au construit propriile capacități de depozitare, la costuri ridicate, deși nu aceasta este principala lor activitate economică.

Dacă la masa rotundă au participat reprezentanții unor mari procesatori, nu trebuie uitat că majoritatea procesatorilor locali este alcătuită din companii de dimensiuni mici sau medii, slab capitalizate, care nu își permit astfel de investiții. De altfel, în lipsa unei politici industriale coerente la nivel național și pe fondul unui acces dificil la scheme publice de finanțare (fie indisponibile la momentul oportun investiției, fie birocratizate excesiv), multe investiții în cercetare și în dezvoltare sunt autofinanțate de procesatori. După cum au declarat reprezentanții companiilor, cele mai multe dintre aceste investiții au fost auto-finanțate, întrucât programe precum INVESTALIM sau măsura DR23 nu alocă fonduri pentru procesarea de snacks-uri sau de dulciuri. Intersnack România a reușit chiar să construiască un lanț complet de producție internă pentru chipsuri de cartofi (semințe, cartofi, uleiuri, ambalaje) pentru a răspunde mai bine dezideratului 3RO al PENNY | REWE ROMANIA. Tocmai astfel de investiții sunt dătătoare de speranță pentru ca România să facă sectorul să devină mai competitiv la nivel internațional, doar că, pentru reducerea deficitului, eforturile procesatorilor ar trebui dublate de investiții în restul lanțului, astfel încât potențialul agricol să fie transformat în avantaj comercial.

Se poate afirma că România este o piață cu potențial pentru dezvoltarea producției de snacks-uri și dulciuri (în special la semințe comestibile, floricele de porumb, chipsuri de cartofi sau croissante), doar că provocările încă persistă, una dintre cele mai mari fiind indisponibilitatea materiilor prime locale. Pe piața națională a snacks-urilor persistă un dezechilibru semnificativ între nevoile sau potențialul procesatorilor și disponibilitatea locală a materiei prime, ceea ce îi determină pe mulți procesatori să apeleze la importuri. La cartofi, deși producția locală (concentrată în special în județele Covasna și Suceava) a sporit atât calitativ, cât și cantitativ în ultimii ani, există procesatori ca Intersnack România care au afirmat

că ar avea capacitate de producție de cinci ori mai mare decât stocul din depozite. Alte provocări apar la zahăr, numărul fabricilor de procesare din România scăzând drastic în comparație cu situația de dinainte de anul 1990, sau la semințe, un sector subdezvoltat la categoria de snacks-uri, materiile prime obținute fiind destinate preponderent pieței de oleaginoase sau celei de panificație, puține semințe fiind destinate pieței de snacks, în timp ce porumbul pentru floricelele de porumb este majoritar importat.

În plus, mai mulți procesatori s-au plâns de presiunile macroeconomice și de frecvențele schimbări legislative, ce duc la imprevizibilitate în luarea deciziilor și la dificultatea de a face planuri de dezvoltare pentru un orizont mai îndepărtat. Impredictibilitatea fiscală frânează planurile de dezvoltare ale procesatorilor, aceștia din urmă menționând, în cadrul mesei rotunde, că industria are nevoie de stabilitate normativă și de mai mare predictibilitate pentru a putea deveni mai competitive. Eliminarea facilităților acordate de stat, creșterea TVA, modificări legislative bruște, lipsa de predictibilitate la aprovizionarea cu materii prime, dependența încă puternică de importuri și provocările infrastructurale și climatice din sectorul agricol țin industria departe de a-și atinge potențialul maxim. Eliminarea facilităților fiscale și creșterea TVA afectează direct competitivitatea procesatorilor, forțându-i să crească prețurile și/sau să reducă marja de profit, ceea ce, implicit, are efecte asupra profitabilității. A fost subliniată, în special, provocarea adusă de creșterea TVA la biscuiți, de la 9% la 21% începând cu 1 august 2025.

A mai fost adusă în discuție, în repetate rânduri, nevoia de orientare spre competitivitate și inovație, și nu atât din partea procesatorilor – mulți dintre ei parte a unor lanțuri internaționale de unde își extrag *know-how*-ul, ci mai ales a fermierilor, care, devenind mai competitivi, ar putea acoperi mai bine necesarul de materie primă al procesatorilor, într-o piață în care cererea, pe o paletă largă de categorii de produse, este foarte mare.

ALKA Trading a salutat inițiativa PENNY | REWE ROMANIA și și-a reafirmat angajamentul de a produce 3RO, chiar dacă acest lucru a impus sacrificarea unei părți din marja de profit pentru a susține lanțul valoric local. ALKA, la fel ca alți mari procesatori, le oferă fermierilor predictibilitate și stabilitate, semnând contracte pe termen lung pentru a facilita planificarea. Comunicarea în dublu sens cu morarii, mai ales în perioada schimbării de recoltă, asigură materia primă de calitate. Făina utilizată la unele produse provine, în prezent, din România, cu producători aflați la distanțe de maximum 30 km de fabrică, o schimbare care, însă, a durat zece ani.

Deși, momentan, Mondelez nu are produse 3RO, participarea la aceste discuții a urmărit identificarea pașilor necesari pentru ca, în următorii doi ani, procesatorul să poată dezvolta produse 3RO, iar astfel să stimuleze consumul de produse fabricate în România și să susțină lanțul valoric integrat. Pentru a îndeplini acest obiectiv, Mondelez România colaborează cu grupul Mondelez Italia pentru a înțelege mai bine modelele de bune practici de acolo și pentru a implementa și în România modele de succes deja validate în Peninsula. Strategia actuală a Mondelez pentru producția din România este să achiziționeze materie primă atât de pe plan local, cât și din Bulgaria, însă există un interes crescut pentru creșterea ponderii materiilor prime locale (ceea ce ar aduce Mondelez mai aproape de a produce 3RO), dar cu condiția asigurării unor costuri și standarde de calitate competitive. Eliminarea facilităților fiscale și

creșterea TVA-ului (de la 9%) au avut un impact negativ semnificativ, în special asupra categoriei biscuiților. Lipsa de predictibilitate fiscală descurajează investițiile. Piața de snacking este extrem de diversificată, consumatorii manifestând interes crescut pentru inovație.

Reprezentantul Intersnack este de părere că piața românească de snacking parcurge un moment bun și că dificultățile actuale ale producției locale pot fi transformate în oportunități prin investiții susținute și colaborare strategică. În ultimele două decenii, Intersnack a trecut de la importul integral al materiei prime și al ambalajelor la un lanț de producție complet localizat (sămânță, cartofi, ulei și ambalaj produse în România), însă construirea de parteneriate pentru integrarea pe verticală a fost dificilă din cauza lipsei de educație financiară și de orientare spre lanțurile locale de valoare în rândul fermierilor.

Segmentul de semințe pentru consum snacking are cea mai mare oportunitate de dezvoltare, România fiind al doilea consumator pe cap de locuitor din Europa, după Spania. Intersnack colaborează de trei ani cu fermieri locali pentru dezvoltarea de hibrizi locali de floarea soarelui dedicați semințelor pentru snacking, distincte de cele destinate producției de ulei sau panificației, principalele două piețe către care sunt trimise semințele cultivate de fermierii români.

Educația consumatorilor români este în creștere, aceștia având anumite criterii clare de alegere a produsului chiar și la snacks-uri la care puțini s-ar aștepta, cum ar fi semințele. Cu toate că tot mai mulți consumatori, pe fondul presiunii inflaționiste, migrează către produsele aflate la promoție, în categoria popcorn fidelitatea față de branduri rămâne stabilă.

Reprezentantul AFIR a subliniat evoluția semnificativă a producției vegetale din România din ultimii ani, ceea ce ar trebui să reprezinte un sprijin pentru fabricarea în sistem 3RO.

Reprezentantul Ministerului Finanțelor a precizat că statul trebuie să treacă de la intervenția directă (subvenții) la scheme de intervenție axate pe creșterea competitivității. O problemă recurentă identificată este accesul la materie primă, cu sugestia de a crea o schemă care să stimuleze asocierea producătorilor pentru a livra constant procesatorilor.

Unul dintre reprezentanții MADR a precizat că România are hibrizi de calitate la grâu, care ar putea și ar trebui folosiți astfel încât procesatorii să fie mai bine aprovizionați cu materie primă. La cartofi, zonele consacrate precum județele Suceava și Covasna beneficiază de cunoaștere și de institute de cercetare, existând potențial pentru consolidarea relației cu industria de procesare. S-a subliniat importanța educației consumatorului (recomandări pentru consumul de produse de sezon, pe lanț scurt de aprovizionare, și promovarea unei alimentații sănătoase bazate pe decizii informate la raft).

OPORTUNITĂȚI

În urma discuțiilor purtate la masa rotundă au putut fi identificate următoarele oportunități pentru fabricarea produselor 3RO și dezvoltarea programului omonim al PENNY | REWE ROMANIA, precum și, implicit, pentru reducerea deficitului comercial. Oportunitățile au fost grupate în patru direcții strategice principale:

(I) Lanțul valoric – presupune politici industriale integrate, care să închege mai bine legăturile dintre fermieri, procesatori și comercianți, astfel încât dezideratul „de la fermă în farfurie” să devină mai realizabil;

(II) Fiscalitate – prevede stimularea producției locale printr-o fiscalitate mai predictibilă și utilizarea unor scheme de sprijin care să țină cont de performanța în producție și de generarea de valoare mai sus în lanț;

(III) Educație – promovarea educației manageriale în rândul fermierilor, respectiv a educației de consum în rândul consumatorilor;

(IV) Cercetare și dezvoltare – înlesnirea investițiilor în cercetare și în dezvoltare pe tot lanțul valoric.

(I) Lanțul valoric

- Consolidarea relației cu fermierii locali, în special pe segmente strategice (grâu, zahăr, cartofi, semințe etc.), pentru creșterea procentului de materie primă internă în componența produselor exportate.
- Flexibilizarea și digitalizarea lanțului de aprovizionare, pentru monitorizarea și raportarea transparentă a fluxurilor de materie primă și implicarea rapidă a noilor furnizori locali care să poată respecta standardele procesatorilor.
- Dezvoltarea unui cadru de colaborare între retaileri și procesatori care să garanteze stabilitatea pieței interne și retenția capitalului în baza de producție locală.
- Crearea unui cadru strategic integrat pentru industria agroalimentară, care să acopere întreg lanțul valoric – de la producția agricolă la procesarea industrială. Este nevoie de o politică coerentă care să susțină crearea de valoare în interiorul țării, nu doar exportul de materii prime.
- Investiții în unități de producție de materii prime locale și parteneriate regionale: exemplul colaborării directe cu morarii locali (înlocuind făina importată din Canada cu furnizori aflați la 30 km distanță) subliniază importanța lanțului scurt de aprovizionare. Replicarea acestui model la nivelul întregii industrii ar putea reduce dependența de importuri.
- Promovarea lanțurilor scurte de aprovizionare, prin politici de facilitare fiscală și sprijin logistic.
- Diversificarea exporturilor și brandingul local. Pe fondul intrării în spațiul Schengen terestru și al oportunităților logistice extinse, mărcile locale pot accesa mai ușor piețele din UE, cu condiția consolidării identității de brand „fabricat în România”.
- Reactivarea consiliilor de produs. Aceste entități pot deveni platforme esențiale pentru dialog între fermieri, procesatori și autorități, permițând identificarea rapidă a nevoilor fiecărui sector, de la zahăr și cartofi la grâu și semințe.

- Crearea de lanțuri valorice integrate pe verticală. Este nevoie de o politică industrială care să lege cultivatorii de procesatori și branduri românești. În loc ca grâul să fie exportat în vrac și reimportat sub formă de biscuiți sau snacks-uri, România ar trebui să-și dezvolte capacitățile de prelucrare locală, consolidând industria alimentară și reducând deficitul comercial.
- Dezvoltarea durabilă a agriculturii procesate, prin lanțuri scurte, produse locale de calitate și reconectarea sectorului de procesare la sursele agricole interne. Aceste măsuri ar putea duce la diminuarea deficitului comercial și reconstruirea unei economii alimentare competitive și autonome.
- Colaborare cu ferme și producători locali de porumb special pentru popcorn, potrivit pentru gama ready-to-eat sau popcorn de microunde.
- Furnizarea de produse 3RO în canalele Horeca, cinematografe, cafenele specializate care caută produse locale autentice.
- Dezvoltarea hub-urilor regionale de procesare: investiții în unități locale de decojire, calibrare și ambalare a semințelor în proximitatea zonelor de cultură, reducând costurile logistice și pierderile postrecoltare.
- Creșterea producției de batoane de cereale în sistem 3RO, care să poată fi consummate ca gustare între mese. Piața batoanelor de cereal din România este în creștere, fiind estimată la peste 90 de milioane de euro. Batoanele de cereal au început să fie consumate atât ca parte a micului dejun, cât și ca gustări peste zi⁷. Piața este susținută și de atenția tot mai mare acordată de români unui stil de viață sănătos și active. Ca subcategorie, poate fi exploatată piața de batoane de cereale pentru copii.
- Dezvoltarea producției de biscuiți cu adaos de cacao în sistem 3RO. Consumatorii caută biscuiți cu arome tot mai variate, pe lângă tradiționali biscuiți cu vanilie sau ciocolată. Crește interesul pentru biscuiți fără gluten sau cu conținut redus de zahăr, atât grație atenției tot mai mari acordate sănătății, cât și grație consumatorilor cu intoleranțe alimentare. Câștigă teren și biscuiții proteici (cu cacao), folosiți ca suplimente nutritive de către consumatorii cu un stil de viață sănătos⁸.
- Susținerea producției de biscuiți cu fibre prebiotice sau probiotice naturale.
- Intensificarea producției de saleuri în sistem 3RO și diversificarea sortimentelor, pentru a profita de producția enormă de grâu din România și pentru a reține mai mult din această materie primă la nivel national, fără a mai trimite cantități atât de mari la export. O nișă de piață ar putea fi exploatată prin versiuni sănătoase de saleuri cu profil nutritional optimizat consumatorilor cu un stil de viață sănătos și activ⁹.
- Dezvoltarea de produse pe segmental de semințe pentru consum (snacking).

⁷ Popa, S. (2023). Cerealele, categoria care se dezvoltă pe două momente de consum. Revista Progresiv, 24 aprilie. Disponibil la: <https://revistaprogresiv.ro/analize/fmcg/cerealele-categoria-care-se-dezvolta-pe-doua-momente-de-consum/> (Accesat la: 13 noiembrie 2025).

⁸ Dan, G. (2025) 'Piața de biscuiți și prăjituri va atinge 120,15 miliarde USD până în 2031', Arta Albă, 9 mai. Disponibil la: <https://artaalba.ro/piata-de-biscuiti-si-prajituri-va-atinge-12015-miliarde-usd-pana-in-2031/> (Accesat la: 13 noiembrie 2025).

⁹ Stan, A. (2024) 'Snackurile sărate, o categorie în care pofta învinge creșterea prețurilor', Revista Progresiv, 18 martie. Disponibil la: <https://revistaprogresiv.ro/analize/fmcg/snackurile-sarate-o-categorie-care-pofta-invinge-cresterea-preturilor/> (Accesat la: 13 noiembrie 2025).

- Creșterea producției interne de biscuiți de tip „*crackers*” îmbogățiți cu fibre, proteine vegetale sau semințe autohtone.
- Diversificarea producției de dulciuri fără gluten, lactoză sau ou, orientate către piața vegană și pentru copii cu restricții alimentare, ca de exemplu: biscuiți vegani cu ovăz și nuci, batoane energizante cu mei și fructe uscate, mini-prăjituri etc.
- Intensificarea producției de gustări „*healthy-to-go*”, destinate consumatorilor urbani cu stil de viață activ sau aglomerat (mini-plăcinte, rulouri, mini-brioșe, cu diferite tipuri de semințe și fructe).
- Investiții în unități de producție de biscuiți cu straturi de jeleu de fructe și glazură de ciocolată, un segment popular la nivel internațional, dar nu încă foarte popular la nivel local. În procesarea jeleului pot fi folosite fructe crescute local (cireșe, mere, prune etc.), iar interesul consumatorilor pentru a încerca sortimente noi și diversificate.

(II) Fiscalitate

- Dialogul direct cu autoritățile (MADR, AFIR, APIA, Ministerul Finanțelor etc.) pentru identificarea unor soluții de susținere a procesatorilor la nivel de materie primă, inclusiv scheme de sprijin și investiții comune care să ajute la atingerea costurilor și nivelului de calitate care să asigure competitivitatea produselor românești pe piața UE și nu numai.
- Stabilitate fiscală și guvernanta predictibilă: companiile necesită continuitate în aplicarea schemelor de ajutor, posibilitatea de planificare multianuală și eliminarea schimbărilor bruște de politică economică.
- Implementarea unor scheme de creditare pentru fermierii mici și medii care doresc să convertească producția din industria uleiului spre cea pentru snacking.

(III) Educație

- Scalarea programului 3RO la nivel național pentru stimularea „patriotismului economic”, transformându-l într-un cadru public-privat de stimulare a cererii pentru producători locali, similar modelelor din Polonia, unde strategii de „retail patriotic” au redus importurile nete în categoriile alimentare sensibile.
- Consolidarea educației antreprenoriale și profesionale în industria alimentară, pentru ca producătorii mici și mijlocii să poată scala mai ușor.
- Educație și formare profesională pentru fermieri: implementarea unor programe naționale de educație financiară și tehnologică în agricultură ar permite fermierilor să dezvolte ferme orientate către parteneriate sustenabile cu industria procesatoare. Instruirea fermierilor privind tehnologiile moderne de cultivare, alegerea hibrizilor, schemelor de fertilizare și combaterea bolilor specifice culturii.
- Extinderea programului 3RO și generalizarea principiului PENNY | REWE ROMANIA: promovarea produselor fabricate și procesate preponderent în România ar permite o retenție mai mare a valorii adăugate și o reducere progresivă a deficitului comercial.

- Educarea consumatorului prin campanii comune între retaileri și producători pentru conștientizarea valorii produselor locale și a calității superioare pot contribui la fidelizarea clienților și la creșterea cererii interne pentru snacks-uri autohtone.
- Politici de educație alimentară și de sănătate publică: O campanie națională care să încurajeze consumul responsabil – produse locale, de sezon, naturale – ar avea dublu efect: susținerea producătorilor români și reducerea costurilor sociale generate de alimentație nesănătoasă.
- Etichetare și promovare națională: lansarea mărcii de calitate „Semințe românești pentru snackuri” - un instrument de marketing și diferențiere în retailul local.
- Campanii comune cu partenerii locali pentru promovarea popcornului copt ca opțiune sănătoasă, crearea evenimentelor (târguri, degustări), etichetare clară privind originea și beneficiile nutriționale.

(IV) Cercetare și dezvoltare

- Investiții suplimentare, pe termen mediu, în inovație locală (ex: dezvoltarea de produse 3RO, adică materie primă, procesare și ambalaj integral românești), pentru reducerea deficitului comercial și creșterea competitivității la export.
- Creșterea ponderii produselor 3RO la categoria de patiserie ambalată, pentru a valorifica un segment de piață în creștere accelerată și cu potențial de substituție a importurilor.
- Extinderea conceptului 3RO la dulciurile sau produsele de patiserie de tip „on the go” și la formatele mici de ambalaje, pentru o mai bună corelare cu tendințele de consum.
- Adaptarea portofoliului la schimbările de fiscalitate, cu accent pe produse inovative și cu valoare adăugată, capabile să susțină marjele și să satisfacă cererea sofisticată a pieței românești și externe.
- Investiții în depozitare și logistică: Stimularea investițiilor private și publice în infrastructura post-recoltare (centre de colectare, uscătoare, depozite climatizate) ar reduce pierderile și ar îmbunătăți stabilitatea aprovizionării procesatorilor.
- Cercetare agricolă și dezvoltarea hibrizilor locali pentru snacking: Parteneriatele între companii precum Intersnack și institute agricole pot stimula dezvoltarea unor soiuri de floarea-soarelui cu randament ridicat pentru producția de semințe destinate consumului uman, nu industriei de ulei.
- Investiții în calitate și în produse cu specific local (DOP, IGP, STG). Extinderea acestor denumiri ar putea poziționa mai bine România pe piața europeană, cu accent pe calitate, ecologie și trasabilitate.
- Stimularea producției ecologice. Cu 6% din suprafața agricolă ocupată de culturi ecologice și 15.000 de operatori în sector, România are baza pentru a dezvolta un segment cu valoare adăugată ridicată, care poate substitui o parte din importurile premium și reduce dezechilibrul comercial.
- Parteneriate public-private (PPP) pentru cercetare: colaborări între institute agricole românești (ex. Fundulea) și universități tehnice pentru dezvoltarea de hibrizi locali

dedicați snacking-ului, inclusiv linii high-oleice sau negre cu toleranță ridicată la secetă și boli.

- Programe pilot pentru hibrizi românești: finanțarea cultivării experimentale de loturi demonstrative, pe termen de 3-5 ani, cu scopul de a obține date privind adaptabilitatea și randamentul economic.
- Digitalizarea procesului agronomic: utilizarea dronelor, a senzorilor de sol și a platformelor de monitorizare pentru optimizarea fertilizării și irigații.
- Selecția și adaptarea hibrizilor potriviți pentru a obține materie primă conformă cu necesitățile procesatorilor: dezvoltarea de soiuri cu conținut nutrițional adaptat snackurilor (semințe mari, crocante, cu conținut optim de grăsimi), diferite de hibrizii utilizați în producția de ulei.
- Zonarea producției și concentrarea culturilor de floarea-soarelui pentru consum uman în regiunile cu soluri fertile de tip cernoziom (Câmpia Română, Dobrogea și Câmpia de Vest), unde randamentele și calitatea producției pot fi superioare.
- Crearea centrelor de certificare a calității: implementarea unor standarde tehnice uniforme pentru semințele de snacking, certificând sortimente cu specificații precise privind calibrarea, gustul și textura.

Minută Masa rotundă – Sectorul „Conserve din legume și fructe”

Luni, 27 octombrie 2025, între ora 14.00 și 17.00, a avut loc a patra masă rotundă din cadrul proiectului *„Consolidarea producției naționale în sectoare agroalimentare strategice pentru reducerea deficitului comercial al României (Studiu de caz: PENNY | REWE ROMANIA, ediția 2025)”*, desfășurat de PENNY | REWE ROMANIA în parteneriat cu Academia de Studii Economice din București. Evenimentul a avut loc în sala 372, etajul 1, Ministerul de Finanțe.

Au participat reprezentanți de la: PENNY | REWE ROMANIA; Facultatea de administrarea afacerilor, cu predare în limbi străine (FABIZ) – ASE București; Ministerul Finanțelor; ANSVSA; Consiliul Concurenței; Fabka Group; Stangl Vegetables; Asociația Pomicola Itesti; Scandia Group; Legume Fructe Buzău; Comisia pentru agricultură, industrie alimentară și dezvoltare rurală a Senatului României; Agenția Corporate Affairs Strategies; Agenția MSL The Practice; MADR; APIA; AFIR.

Deficitul comercial al acestei categorii a crescut de aproape 4,5 ori între anii 2013 și 2024 (de la 108,2 mil. € la 480,3 mil. €), pe fondul unei creșteri moderate a exporturilor, dar a unei ascensiuni mult mai rapide a importurilor, care au urcat, în perioada analizată, de la 135,4 mil. € la 591,2 mil. €. Gradul de acoperire a importurilor prin exporturi s-a menținut scăzut (între 15 și 22%), indicând o dependență structurală de produse de import, cu o medie anuală a deficitului de 257 mil. €. Ultimii trei ani au adus accelerarea dezechilibrului: deficitul a crescut cu peste 40%, depășind 480 mil. € în anul 2024. Gradul de acoperire a importurilor prin exporturi s-a redus la doar 18,7%, iar România a importat bunuri similare de 5,3 ori mai mult decât a exportat.

Toți participanții la masa rotundă au arătat că deficitul comercial nu provine din lipsa capacității de procesare, ci din ofertă slabă de materie primă autohtonă, fragmentată și necorelată cu cerințele procesatorilor. România dispune de terenuri agricole fertile și condiții climatice favorabile, dar producția de bază (în special tomate, ardei, castraveți, ceapă, fructe pentru procesare) este insuficientă, fragmentată și nealinată nevoilor procesatorilor. Procesatorii se confruntă cu costuri mari (utilități, forță de muncă, materie primă) care depășesc prețurile globale. Prețul ridicat al utilităților, forței de muncă și materiei prime limitează posibilitatea de a produce articole 3RO competitive.

FABKA Group a evidențiat presiunea costurilor și dependența de importurile ieftine de castraveți și mazăre. Stangl Vegetables a raportat o diferență de peste 30% între costul forței de muncă în România și în Asia, unde un container cu borcane de castraveți gata ambalate din India costă 4.000 €, adesea mai puțin decât costul cu forța de muncă locală. În consecință, produsele 3RO rămân deseori mai scumpe decât echivalentele importate, ceea ce le limitează competitivitatea pe raft, în condițiile în care peste două treimi din deciziile de cumpărare sunt determinate de preț, ceea ce pune presiune pe produsele 3RO. Cooperarea între fermieri, procesatori și retailerii este deficitară. Majoritatea cooperativelor nu funcționează real, fiind dominate de lideri unici, fără implicare colectivă. Lipsa negocierii colective și a standardizării duce la o ofertă volatilă și inconsistentă. În plus, din comoditate, fermierii produc ce le este lor mai ușor, nu neapărat ce solicită procesatorii. Contractele pe termen scurt (anuale) descurajează investițiile și accesul la finanțare pe termen lung. Chiar dacă intensitatea finanțărilor agricole

românești este de 80-90% (maximum european), fondurile nu acoperă necesarul real, iar birocrăția și instabilitatea programelor de sprijin blochează investițiile majore. Se acutizează deficitul de personal, cu presiune asupra costurilor administrative și dependență de muncitori străini. Chiar și produsele de bază (ceapă, tomate) se importă în proporții mari, din cauza lipsei de personal și a costurilor ridicate. Polonia a devenit un reper, reușind să construiască o verticală integrată (Biedronka: 87% produse locale), grație unei coordonări eficiente între producători, procesatori și retaileri și unui cadru asociativ competitiv. În România, modelul 3RO are potențial similar, dar necesită sprijin coordonat și politici economice coerente – în special în agricultură, fiscalitate și investiții logistice.

Obstacole majore identificate ca urmare a mesei rotunde au fost:

- Materie primă autohtonă insuficientă sau neconformă (lipsă de ficat de rață, burta de vită, fasole uscată etc.);
- Absenta ambalajelor metalice din producție locală;
- Sezonalitate și lipsa centrelor de colectare și procesare continuă;
- Costuri interne ridicate, competitivitate redusă pe raft.

Unul dintre reprezentanții Ministerului Finanțelor a subliniat importanța regândirii politicilor de ajutor de stat, cu accent pe corelarea cu obiectivul reducerii deficitului comercial. A fost propusă o reevaluare a modului în care este acordat ajutorul de stat, astfel încât acesta să fie mai bine sincronizat cu nevoile balanței comerciale.

FABKA Group a evidențiat provocările multiple cu care se confruntă industria conservelor, de la dificultățile din sectorul agricol, la presiunea prețurilor de import și nevoia de modernizare tehnologică. FABKA Group se confruntă cu dificultăți majore în asigurarea materiei prime de calitate și în colaborarea cu fermierii locali, care deseori nu răspund cerințelor stricte ale industriei conservelor. Fermierii întâmpină multiple probleme, incluzând pregătirea insuficientă și echipamentele agricole inadecvate, ceea ce afectează cantitatea și calitatea producției. Grupul sprijină financiar fermierii pentru a-i ajuta să treacă aceste dificultăți, însă schimbarea culturilor agricole necesită timp și efort educațional. Costurile materiilor prime, utilităților și forței de muncă sunt semnificativ mai mari în România comparativ cu alte țări, ceea ce împiedică competitivitatea produselor etichetate 3RO. În paralel, marfa importată, mai ales din Turcia, este mai ieftină și de calitate constantă, ceea ce complică menținerea cotei pe piață de către FABKA. Producția turcească este specializată, cu unități dedicate exclusiv anumitor produse, fapt ce crește calitatea și competitivitatea pe piață. În ultimii ani, FABKA a investit consistent în modernizarea fabricii, achiziționând linii noi de producție și întreținând utilajele vechi, însă aceste costuri sunt mari și influențează prețul final al produselor, pe o piață în care consumatorii sunt foarte sensibili la preț. FABKA Group rămâne angajat în sprijinirea producției locale și în modernizarea proceselor, în ciuda provocărilor majore cauzate de factorii agronomici, economici și concurențiali, în special din partea produselor de import. Ținând cont de aceste aspecte, asigurarea materiei prime de calitate și adaptarea fermierilor reprezintă priorități strategice pentru susținerea industriei locale de conserve și pentru creșterea competitivității pe piața românească.

Reprezentantul Stangl Vegetables a declarat că afacerea pe care o reprezintă produce anual 20.000 tone castraveți, deși ar putea vinde chiar și 40.000 de tone. Stangl Vegetables a

început investiții pentru ardei și ceapă. Pariul este, momentan, ceapa, aceasta fiind o cultură mecanizabilă, putându-se scădea semnificativ costurile cu forța de muncă, iar pentru ceapă există o cerere internă mare, pentru acoperirea căreia România importă 50.000 tone de ceapă anual. Problemele majore sunt forța de muncă și costurile aferente, în special diferența mare între salariul brut și net pentru zilieri în România comparativ cu alte țări. La Stangl Vegetables se folosește forța de muncă din Nepal, Ucraina, Uzbekistan, Maroc, dar regulile administrative și costurile CASS sunt povara principală. Piața autohtonă poate absorbi mai multă producție (există potențial de vânzare dublă față de producția actuală), dar obstacolele țin de legislație, de costurile forței de muncă, plus dificultățile de accesare a finanțărilor europene potrivite pentru investiții noi.

S-a atras atenția asupra dificultăților în angajarea zilierilor, pe fondul concurenței reprezentate de ajutorul social și munca la negru. Reprezentantul Stangl Vegetables a precizat că mulți preferă să stea acasă și să primească ajutor social, în loc să muncească. A propus ca acordarea ajutorului social să fie condiționată de prestarea a minimum 50 de zile de muncă, considerând că această măsură ar stimula implicarea zilierilor în activitate legală. De asemenea, a remarcat tendința zilierilor de a pleca în străinătate pentru salarii mai mari, afirmând că dacă salariul primit în țară ar reprezenta 70–75% din cel obținut în străinătate, aceștia ar fi dispuși să rămână să muncească în România.

Reprezentantul Scandia a evidențiat importanța programului 3RO, care susține producătorii români și facilitează accesul la raft, mulțumind retailerului PENNY | REWE ROMANIA pentru sprijin. Structura companiei Scandia, care deține două unități de producție în România (Hunedoara și Sibiu) și una în Bulgaria pentru procesarea peștelui. A fost prezentată apoi situația pieței naționale de pește, menționându-se provocările legislative românești care interzic procesarea peștelui și a cărnii în aceeași fabrică (spre deosebire de Bulgaria), ceea ce limitează dezvoltarea unei fabrici de procesare a peștelui la conservă în România. Au fost propuse măsuri de susținere financiară și reducerea TVA.

A fost punctat că principalele probleme pentru producția 3RO sunt aprovizionarea cu materie primă locală și lipsa ambalajelor produse în România. Materia primă, de multe ori, trebuie importată, inclusiv pentru fasole, ficat, slănină sau burta de vită. Deși 90% din produse respectă principiul 3RO, extinderea producției este limitată de constrângeri legate de accesul la materie primă locală, ambalaje și forță de muncă.

Reprezentantul Pomicola Itești a subliniat faptul că firma pe care o reprezintă este unul dintre cei mai mari producători de legume și fructe din România, exprimându-și aprecierea că procesul de industrializare continuă să existe în sector.

Unul dintre reprezentanții MADR a identificat principalele probleme din relația dintre fermieri, procesatori și retaileri:

- lipsa de comunicare și de informare între actorii lanțului;
- dificultatea negocierii prețului corect, cauzată fie de costuri mari de producție, fie de prețuri de achiziție prea mici;
- nepotrivirea între calitate, cantitate sau sortimentul produsului față de cerințele industriei, ceea ce duce la destinația directă a producției către consum, și nu către procesare.

Un alt reprezentant al Ministerului Finanțelor a explicat că intervenția statului prin ajutoare are scopul de a întări zona sprijinită, astfel încât, într-un interval cât mai scurt, aceasta să devină autonomă. Domnia sa a atras atenția asupra dependenței aproape neîntrerupte de subvenționare din sectorul agroalimentar, care continuă să mențină un cerc vicios ce nu se va închide niciodată. Tot un reprezentant al Ministerului Finanțelor a povestit despre sprijinul acordat în crearea unei burse a legumelor la Matca, jud. Galați, pentru a facilita comunicarea și transparența între producători din zonă. A propus constituirea de clustere și asociații menite să crească competitivitatea prin negociere și coordonare mai bună în cadrul lanțului agroalimentar.

Reprezentantul CEC Bank a prezentat implicarea băncii în finanțarea inițiativelor din sectorul agroalimentar, evidențiind apropierea de programele de stat și participarea activă în proiecte precum Investalim, unde sunt finanțate numeroase companii, inclusiv prin sprijin acordat jucătorilor mai mici prin intermediul celor mai mari. Au fost semnalate dificultățile întâmpinate în finanțarea actorilor mici din sector, pe fondul contractelor pe termen scurt între producători, procesatori și retaileri. A explicat că, din această cauză, este dificil ca banca să acorde finanțări pe o perioadă lungă (ex. 10 ani), deși investițiile necesită timp îndelungat, motiv pentru care trebuie majorate dobânzile pentru credite pe termen scurt, din cauza riscului crescut.

OPORTUNITĂȚI

În urma discuțiilor purtate la masa rotundă au putut fi identificate următoarele oportunități pentru fabricarea produselor 3RO și dezvoltarea programului omonim al PENNY | REWE ROMANIA, precum și, implicit, pentru reducerea deficitului comercial în sectorul conservelor de legume și fructe. Oportunitățile au fost grupate în trei direcții strategice principale:

- (I) Lanțul valoric** – presupune politici industriale integrate, care să închege mai bine legăturile dintre fermieri, procesatori și comercianți, astfel încât dezideratul „de la fermă în farfurie” să devină mai realizabil;
- (II) Fiscalitate** – prevede stimularea producției locale printr-o fiscalitate mai predictibilă și utilizarea unor scheme de sprijin care să țină cont de performanța în producție și de generarea de valoare mai sus în lanț;
- (III) Educație, cercetare și dezvoltare** – promovarea educației manageriale în rândul fermierilor, respectiv a educației de consum în rândul consumatorilor; înlesnirea investițiilor în cercetare și în dezvoltare pe tot lanțul valoric.

I. Lanțul valoric

- Construirea de depozite agroalimentare regionale sub management privat. Poate fi vorba de depozite regionale, cu facilități pentru procesarea minimă (spălare, sortare, ambalare).
- Susținerea producției de legume și fructe prin intermediul unor programe de finanțare din bugetul statului cu condiția ca produsele obținute să rămână în țară.
- Revigorarea pieței de gros din țara noastră, inclusive prin crearea sau modernizarea de rețele de centre de colectare și depozitare în proximitatea zonelor cu specific agricol.

- Extinderea perioadelor de contractare și agregarea comenzilor. Agregarea comenzilor pentru materie primă pe perioade lungi (12-24 luni), garantând, prin aprovizionarea constantă, volume pentru procesatori și costuri logistice reduse.
- Sprijin pentru formarea de organizații de producători (ODP). Asociere și guvernanta economică locală.
- Dezvoltarea platformelor digitale de tip bursa regională a legumelor, pe modelul celei de la Matca, jud. Galați, inclusiv digitalizarea licitațiilor și trasabilității produselor.
- Stimularea producției locale de ambalaje pentru legume și fructe și nu numai (metal, sticlă).
- Atragerea de investiții pentru dezvoltarea capacităților moderne de sterilizare.
- Investițiile în dezvoltarea culturilor de ceapă, acestea fiind recunoscute ca fiind ușor mecanizabile și permițând rotații agricole avantajoase, ce se adaptează la condițiile locale. Semănatul, recoltarea și procesarea se pot face cu utilaje moderne, reducând substanțial dependența de muncă manuală și implicit costurile cu forța de muncă, aspect esențial în contextul deficitului de lucrători agricoli și de zilieri, menționat la masa rotundă.
- Producția de conserve de pește 3RO cu ton din Marea Neagră (tonul roșu sau palamida). România importă majoritatea conservelor de pește, în timp ce tonul roșu sau palamida din Marea Neagră sunt resurse subexploatate la nivel industrial. Investițiile în flota pescărească și tehnologia de procesare ar permite valorificarea strategică în model 3RO a acestor specii (captură, procesare și ambalare în România).
- Producția de conserve 3RO de caras, unul dintre cei mai răspândiți pești în bălțile, lacurile și amenajările piscicole din România.
- Stimularea producției de conserve de fasole, conserve de porumb, conserve de ciuperci.
- Inițierea unui program național de atragere și motivare a zilierilor în agricultură.
- Modernizarea sistemului de producție a legumelor în câmp pentru obținerea necesarului de materie primă.

II. Fiscalitate

- Prioritizarea sprijinului public (subvenții, granturi) pentru culturi destinate procesării: tomate industriale, ceapă, castraveți, mazăre, porumb dulce, ardei etc.
- Acordarea de către bănci a unor credite pentru investiții pe 5-10 ani, cu co-garantare din partea statului, cu rate ale dobânzii reduse pentru formarea infrastructurii grupurilor de producători (depozite, mijloace de transport, centre de prelucrare).
- Condiționarea acordării ajutoarelor sociale destinate persoanelor apte de muncă din mediul rural de prestarea unui număr minim de ore lucrate, anual sau lunar, în activități sezoniere de interes public în agricultură.

III. Educație, cercetare și dezvoltare

- Crearea unor centre agro-industriale regionale, în parteneriat cu institutele de cercetare și universități, cu rol de educare și transfer de tehnologie către fermele comerciale.

- Programe de formare continuă pentru fermieri pe teme de tehnologii moderne, asociere, gestionare contracte. Training-uri periodice în agricultură de vocație, management de cooperative, digitalizare trasabilitate, specialist logistic.
- Educarea fermierilor, astfel încât aceștia să își dezvolte o mentalitate de antreprenori și să treacă de la agricultura de subzistență la agricultura ca vocație.

Concluzii

Programul 3RO, dezvoltat de PENNY | REWE ROMANIA, reprezintă un exemplu concret și funcțional de păstrare a valorii adăugate în România, cu efecte directe atât asupra producției, procesării și comercializării, cât și asupra bunăstării comunităților locale. Deși un program comercial privat, 3RO contribuie în mod direct la reducerea deficitului comercial și la consolidarea economiei naționale, motiv pentru care modelul merită replicat și adoptat la scară largă, națională, pentru dezvoltarea economică durabilă a României. Prin orientarea către susținerea producției autohtone și stimularea lanțurilor valorice locale, programul 3RO a reușit să mențină capitalul în economia românească, să creeze locuri de muncă în regiunile implicate și să susțină firmele locale pe termen lung.

Analiza din cadrul proiectului *„Consolidarea producției naționale în sectoare agroalimentare strategice pentru reducerea deficitului comercial al României (Studiu de caz: PENNY | REWE ROMANIA – Ediția 2025)”* arată că dezechilibrele comerciale ale României nu sunt cauzate neapărat de zona de procesare, ci, mai degrabă, din fragmentarea lanțurilor de producție, din lipsa unei colaborări eficiente între fermieri, procesatori și retaileri, dar și din absența unei politici de finanțare coerente și integrate la nivel național. Cum proiectul de cercetare și-a propus să identifice măsuri de diminuare a deficitului comercial prin intermediul îmbunătățirii și consolidării producției naționale în sectoarele agroalimentare strategice, se impune o abordare complexă care să depășească simpla creștere a volumului producției.

În primul rând, este nevoie de o abordare mai bine orientată strategic în cadrul lanțurilor valorice, în care fermierii, procesatorii și retailerii să colaboreze eficient, pentru a asigura continuitate între etapele de producție, procesare și comercializare. Este important ca fermierii să conștientizeze că principalii lor parteneri de afaceri ar trebui să fie procesatorii, nu retailerii, deoarece, în final, dacă sectorul național de procesare se va dezvolta, produsele procesate vor ajunge pe rafturile retailerilor. Această integrare verticală poate conduce la o utilizare mai eficientă a resurselor interne și i-ar ajuta pe procesatori în a nu mai fi nevoiți să importe atât de multă materie primă. Accentul trebuie mutat de la subvenție pe hectar, la sprijin financiar pentru investiții în tehnologizare și inovare cu scopul creșterii competitivității produselor agroalimentare românești pe piața UE și nu numai. Astfel de investiții, la fiecare nivel al lanțului valoric, pot ajuta la obținerea unor produse de calitate și, de asemenea, standardizate, fabricate conform principiilor 3RO. Totodată, ar fi îndepărtate costurile intermediare cauzate de importuri. Aceasta ar include și măsuri ce stimulează cooperarea public-privată, dezvoltarea infrastructurii, formarea profesională a forței de muncă și accesul facil la piețele interne și externe.

Totuși, una dintre marile probleme reieșite în urma discuțiilor de la mesele rotunde este accesul greu la finanțare, în special pentru fermieri mici și mijlocii, cei care ar trebui să producă materia primă care să fie furnizată către procesatori. Puternic dependenți de condițiile climatice și în lipsa unor contracte clare, pe termen lung, care să garanteze un anumit grad de stabilitate, fermierii nu pot obține finanțare de la bancă și, drept urmare, nu pot face investiții în dezvoltare. De aceea, una dintre propuneri ar fi co-garantarea finanțărilor, în care statul să se alăture băncilor și să garanteze parte din finanțare, inclusiv în ceea ce privește asigurarea unor credite la dobânzi comparabile cu cele din alte state membre ale UE.

Accesul dificil la finanțare pentru fermierii mici și mijlocii este o problemă recurentă în România, cauzată de riscurile climatice, lipsa contractelor de lungă durată și gradul scăzut de bancarizare. Statul și băncile pot colabora printr-un mecanism de co-garantare a creditelor agricole, pentru a reduce riscul perceput de bănci și a facilita astfel accesul fermierilor la finanțări necesare dezvoltării. Un astfel de sistem există deja parțial în România prin Fondul Național de Garantare a Creditelor pentru IMM-uri (FNGC-IMM) care, în colaborare cu APIA și băncile comerciale, oferă garanții de până la 80% din valoarea creditelor pentru fermieri care primesc subvenții, facilitând accesul la lichidități importante.

Fermierii mici și mijlocii sunt cei mai afectați de accesul greu la finanțare bancară din cauza riscurilor mari legate de condițiile meteorologice și fluctuațiile veniturilor; din cauza lipsei contractelor pe termen lung cu procesatorii, care să ofere predictibilitate financiară; din cauza nivelului redus al educației financiare a fermierilor și a încrederii scăzute în instituțiile financiare.

Acești factori combinați îngreunează procesul de realizare a investițiilor în tehnologie și extinderea producției agricole, limitând potențialul economiei rurale. Propunem co-garantarea finanțărilor între stat și bănci, în care statul să aloce un fond dedicat garanțiilor parțiale (de exemplu, 30-50% din valoarea creditului), iar băncile să ofere restul garanțiilor și împreună să reducă riscul de credit pentru fermieri.

Totodată, ar fi utilă implementarea unor scheme de contracte standardizate pe termen mediu-lung între fermieri și procesatori în care se stabilesc volume și prețuri minimale garantate. Aceste contracte ar putea fi folosite drept condiții pentru accesarea finanțării garantate.

O altă problemă este că mulți fermieri români nu au o mentalitate antreprenorială, în mare parte din lipsa educației. Se face încă diferența între fermier și antreprenor, când, de fapt, fermierul ar trebui să fie un antreprenor în gestionarea fermei. Fermierii în România sunt adesea percepuți, ori se consideră ei înșiși, doar ca producători agricoli, nu ca antreprenori, ceea ce limitează modul în care privesc oportunitățile economice și riscurile asociate. Lipsa unor abilități de management financiar și planificare strategică reduce capacitatea de accesare și utilizare eficientă a finanțărilor.

Comisia Europeană lansează ideea de „*farm stewardship*”, un model de administrare a fermei care prevede gestionarea responsabilă și etică a terenurilor și resurselor agricole pentru a asigura sănătatea și productivitatea acestora pe termen lung, luând în considerare beneficiile pentru economie, mediu și comunitate. Fermierul trebuie să își depășească condiția de fermier și să devină antreprenor. S-a propus ca măsură, în timpul meselor rotunde, condiționarea finanțării fermierilor de certificări în management sau antreprenoriat pe care fermierii ar trebui să le dețină. Propunem, așadar, parteneriate între fermieri, mediul privat și instituțiile de învățământ superior, care să ofere cursuri de formare economică, antreprenorială sau financiară pentru fermieri.

De asemenea, a fost adus în discuție potențialul României de a atrage investiții străine directe în agricultură, atât investitorii privați, cât și Guvernul primind vizite din partea unor delegații de fermieri străini interesați în a-și muta activitățile de producție în România.

Pentru reducerea deficitului comercial este esențială coordonarea strategică între toți actorii care sunt interesați și acționează în sectorul agroalimentar, pentru promovarea integrării verticale și implementarea unei politici industriale adaptate realităților pieței agroalimentare.

Nu în ultimul rând, participanții la mesele rotunde au reiterat, în diverse rânduri, nevoia de a relua campaniile de comunicare / promovare care să încurajeze consumul de produse fabricate în regim 3RO.

În urma discuțiilor purtate la mesele rotunde, se poate afirma că, la nivel sectorial, există următoarele provocări principale:

- *Carnea*: dependență structurală de importuri și probleme de biosecuritate, ambele din cauza pestei porcine care a afectat substanțial sectorul începând cu anul 2017 și continuă să o facă, respectiv insuficiența abatoarelor competitive;
- *Lactatele*: deficit accentuat de lipsa materiilor prime, îndeosebi din cauza fragmentării producției în mulți fermieri mici și fără capacitate suficientă de a livra volume mari către procesatori, omogene din punct de vedere calitativ și suficiente cantitativ, dependență de importul de grăsimi și brânzeturi premium;
- *Dulciurile și panificația*: dezechilibre cauzate de importurile masive de zahăr, cacao și produse procesate (multe dintre cele din urmă fabricate în străinătate din materie primă românească, apoi vândute în România la valoare adăugată ridicată);
- *Conservele*: lipsa integrării între producători și procesatori, infrastructură deficitară de depozitare și colectare.

Propuneri strategice

Deși România dispune de potențial agricol ridicat, performanțele agricole sunt încă departe de a-și atinge potențialul. În contextul provocărilor majore cu care se confruntă sectorul agroalimentar din România (de la impactul pestei porcine africane și presiunea importurilor asupra producției locale, la dificultățile privind accesul la finanțare, forța de muncă, costurile crescute ale inputurilor sau insuficiența producție de materie primă), este necesară formularea unor măsuri concrete și adaptate realității pieței.

Propunerile prezentate în acest raport sunt rezultatul dialogului cu reprezentanți ai mediului privat, ai autorităților, dar și ai organizațiilor de profil, sintetizând observațiile și recomandările avansate în cadrul recentelor mese rotunde prezentate anterior. Scopul propunerilor este de a sprijini dezvoltarea segmentului 3RO (materie primă, procesare și ambalare exclusiv românești), de a reduce deficitul comercial, dar și de a crește competitivitatea industriei agroalimentare naționale. Măsurile anticipate ținesc de rezolvarea blocajelor structurale, stimularea investițiilor, perfecționarea lanțurilor valorice locale și creșterea consumului de produse 3RO, cu beneficii directe pentru economia națională și societatea românească.

În paginile precedente, au fost înaintate propuneri strategice pentru consolidarea producției 3RO și reducerea deficitului comercial în fiecare sector agoralimentar luat în parte (a se vedea finalul capitolelor cu minutele meselor rotunde). Ca privire de ansamblu, cu aplicabilitate generală indiferent de sectorul agroalimentar, propunem următoarele măsuri:

- Extinderea și chiar generalizarea parteneriatelor între procesatorii de materii prime de natură agricolă, distribuitorii de produse agroalimentare (inclusiv marile lanțuri de magazine) și fermieri prin așa numitele „contracte integratoare” prin care integratorii

(procesatorii de materii prime de natură agricolă și distribuitorii de produse agroalimentare) să-i sprijine pe fermieri pe toată durata procesului de producție, cu condiția ca fermierii să-si vândă întreaga producție către integratori. Prin acest sistem de contracte au de câștigat ambele părți: pe de o parte, se rezolvă asigurarea finanțării fermierilor și monitorizarea întregului proces de producție de către integratori; iar, pe de altă parte, integratorii au asigurarea că vor beneficia de produse agroalimentare omogene din punct de vedere calitativ și suficiente din punct de vedere cantitativ.

- Condiționarea accesului la finanțare de deținerea unor certificări în antreprenoriat și management. Introducerea în regulamentul finanțărilor agricole a cerinței ca fermierii să urmeze cursuri de educație antreprenorială și financiară.
- Crearea unor fonduri de garantare simplificate, care să sprijine accesul la finanțare pentru fermieri și procesatori, cu implicarea statului în împărțirea riscurilor și asigurarea condițiilor accesibile la aceste finanțări.
- Crearea de cooperative integrate și funcționale pentru consolidarea producției și stabilirea trasabilității complete „de la fermă la raft”. Astfel, producătorii mici și mijlocii se pot asocia pentru a-și mări puterea de negociere și a accesa mai ușor finanțări sau tehnologii moderne.
- Încurajarea tinerilor de a investi în agricultură.
- Parteneriate între fermieri, mediul privat și instituțiile de învățământ superior pentru crearea unor programe de formare practică în antreprenoriat agricol, inclusiv transfer de know-how de la specialiști și manageri de succes. Educația și formarea trebuie să includă principii de administrare durabilă a terenurilor și resurselor, neglijate în trecut.
- Crearea și dezvoltarea învățământului dual pentru sectorul agroalimentar.
- Investiții în infrastructură modernă pentru procesare, precum abatoare regionale, fabrici de lactate, hub-uri de procesare pentru conserve și unități moderne de procesare în sectorul dulciuri, cu scopul creșterii calității și competitivității produselor agroalimentare.
- Digitalizarea controlului calității și implementarea unor sisteme moderne de trasabilitate electronică, pentru transparentizarea lanțului valoric.
- Promovarea pe piață și în rândul consumatorilor a produselor sub marca 3RO prin campanii naționale de informare și educare.
- Dezvoltarea unor programe naționale de inovare și cercetare care să conecteze universitățile, centrele de cercetare agricolă și sectorul privat agroalimentar pentru a promova tehnologii și practici moderne.
- Sprijinirea asocierii producătorilor pentru asigurarea volumelor necesare procesatorilor mari. Crearea de cooperative și parteneriate verticale care să consolideze oferta de materie primă autohtonă.
- Dezvoltarea infrastructurii logistice (colectare, transport modern și rapid, depozitare) între ferme și abatoare mari.
- Optimizarea lanțului scurt de aprovizionare. Dezvoltarea infrastructurii logistice (depozitare, transport rapid, monitorizare digitală) pentru acces rapid la materia primă autohtonă.

- Impunerea unor obligații legale clare pentru etichetarea produselor la raft după originea materiei prime, nu doar locul ambalării, pentru transparență și corectitudine față de consumator și producători locali.
- Crearea unui cadru de reglementare clar, rapid și transparent pentru autorizarea liniilor de producție în sistem 3RO.
- Adoptarea unui regim fiscal care să permită amortizarea accelerată a investițiilor în tehnologii, biocertificare și infrastructură de procesare locală, pentru ca firmele să poată recupera mai repede capitalul investit și să stimuleze reinvestirea profiturilor.
- Încurajarea fermierilor și a procesatorilor de accesa și alte surse de finanțare decât cele tradiționale (subvenții, ajutoare de stat, credite bancare etc.), cu ar fi fondurile provenite din private equity, venture capital și alte fonduri de investiții. Acestea nu doar că aduc finanțare, dar pot veni și cu valoare adăugată din cunoașterea dobândită, care să fie transferată către solicitant. Informarea și educarea mediului de afaceri pentru a crește încrederea și în colaborarea cu acești investitori privați.
- Implementarea unor politici publice care favorizează lanțuri scurte de aprovizionare și procesare, cu trasabilitate extinsă pentru materie primă, pentru a asigura autenticitatea 3RO și a reduce costurile logistice.
- Stimularea comercianților și fermelor locale să se asocieze în platforme de vânzare regională dedicate produselor 3RO.
- Accelerarea adoptării tehnologiilor avansate (pentru analiză de date, pentru trasabilitate, digitalizare a proceselor) ca metodă de creștere a productivității și predictibilității.
- Crearea unor grupuri de lucru consultative permanente fermieri-procesatori-retaileri-guvern pe fiecare subsector agroalimentar pentru prioritizarea măsurilor și monitorizarea impactului deficitului comercial lunar.
- Dezvoltarea unei platforme naționale de date agrare (big data pentru predictibilitatea pieței-preț, inputuri, cerere externă).
- Introducerea de instrumente de inteligență artificială pentru planificare și analiză de risc, disponibile fermierilor și procesatorilor prin camerele agricole.
- Simplificarea procedurilor pentru angajații străini, dar corelată cu programe de integrare culturală și sprijin financiar acordat angajatorilor la nivel județean.
- Încurajarea consumatorilor să aleagă produse de sezon provenite din culturi locale disponibile în perioada respectivă, ceea ce ar reduce dependența de importuri, ar scădea costurile de transport sau de depozitare și ar susține economia locală.

Modelul PENNY 3RO a demonstrat că valoarea adăugată poate rămâne în România atunci când lanțurile valorice sunt mai bine organizate și integrate, iar accentul este pus pe producția locală. Generalizarea acestui model ar putea transforma România dintr-un importator net de produse alimentare într-un exportator competitiv în Europa Centrală și de Est, cel puțin la nivelul Poloniei sau al Ungariei, exemple aduse în discuție în repetate rânduri în cadrul meselor rotunde, desi, cei prezenți, au căzut de acord că niciuna dintre cele două nu dispune de potențialul agroalimentar al României.

Viitorul 3RO – De la o inițiativă privată la proiect național

Ca urmare a meselor rotunde, propunem înființarea unui organism neutru, independent, constituit exclusiv din reprezentanți ai mediului privat (retailerii, procesatorii producătorii etc.), cu scopul de a extinde programul 3RO lansat de PENNY | REWE ROMANIA în întreaga rețea de retail din România. Acest organism va funcționa autonom, fără implicarea directă a instituțiilor statului, pentru a asigura continuitatea și stabilitatea sa indiferent de schimbările politice sau guvernamentale. Astfel, se creează un cadru de colaborare și implementare pe termen lung, cu scopul strategic de a extinde prezența pe rafturile comerțului modern din țară a produselor care au ingredientul principal din România, sunt procesate aici și, în final, ambulate tot în România.

PENNY | REWE ROMANIA este deschisă să împărtășească cunoștințele și experiența acumulată în implementarea programului 3RO în ultimii ani și își exprimă dorința de a valorifica colaborarea cu ceilalți membri ai organismului. Printr-un schimb constructiv de opinii și bune practici, ne dorim extinderea programului la nivel național, cu scopul de a aduce beneficii semnificative atât consumatorilor români, cât și economiei naționale în ansamblu.

Au participat, la mesele rotunde, reprezentanți de la:

- PENNY | REWE ROMANIA
- Academia de Studii Economice din București, Facultatea de administrarea afacerilor, cu predare în limbi străine (FABIZ)
- Ministerul Finanțelor
- ANSVSA
- Comisia pentru buget, finanțe, activitate bancară și piață de capital, Senatul României
- Consiliul Concurenței
- Agenția Corporate Affairs Strategies
- Agenția MSL The Practice
- MADR
- APIA
- AFIR
- Cancelaria Primului Ministru
- Comisia pentru agricultură, industrie alimentară și dezvoltare rurală a Senatului României
- Abatorul Periș
- Comtim România
- Cristim
- Fox
- Aldis
- Salbac S.A.
- Fleischparty
- Carmistin
- Group Lactatis
- Teletext / Diami
- Simultan
- ALKA Trading & Co.
- Intersnack
- Mondelez
- Fabka Group
- Stangl Vegetables
- Asociația Pomicola Itești
- Scandia Group
- Legume Fructe Buzău