

VÂNZAREA DIRECTĂ A MIERII DE CĂTRE APICULTORI

O variantă a acestui articol a fost publicată sub titlul "VÂNZAREA DIRECTĂ A MIERII ȘI PREȚURILE EI" în Revista Lumea satului – suplimentul agroBUSINESS nr.26(343), 1-15 ianuarie 2020 – pag.16 la 18



Prof.univ.dr.ing.*Petre IORDACHE*



Fig.1 Standuri cu vânzarea directă a mierii

O variantă de defacere a mierii și altor produse apicole este **desfacerea directă la consumatori, vânzarea fiind administrată de apicultori.**

Pentru a elimina cheltuielile intermediare care măresc valoarea cheltuielilor de pregătire a vânzării către consumatori apicultorii trebuie să-și administreze singuri desfacerea.

Bineînțeles, în acest fel de vânzare mierea trebuie îmbuteliată în recipiente adecvați necesităților cumpărătorilor care o consumă.

În toamna anului 2016 efectuând o excursie de documentare apicolă în Austria, Germania și Elveția, printre altele am studiat și modul cum apicultorii din acele țări își vindeau produsele apicole.

Astfel, majoritatea apicultorilor din aceste țări, în proporție mai mare de 75%, își desfășeau mierea și alte produse apicole direct la consumator. La angroșiști dădeau mierea numai stuparii cu mulți stupi și nu o dădeau toată pentru că, afirmau ei, vânzarea către aceștia se face în pierdere atât timp cât costul de producție a unui kg de miere la stupar era la ei de 3,8-5,0 euro.

Revenind acasă, în România, unde după unii prețul de producție al unui kilogram de miere este de la 12 la 15 lei trebuie să recunoaștem că cea mai mare hibă a majorității apicultorilor români o reprezintă modalitățile în care înțeleg să-și vândă produsele.

Astfel, majoritatea apicultorilor români preferă să-și vândă mierea la achizitori și procesatori, deci nu degeaba sunt actualmente la noi în țară, conform MADR, în jur de 35 achizitori și procesatori de miere.

Evident, prețul obținut de apicultori pe kilogram de la procesatori este actualmente de 7-7,2 lei la mierea polifloră, 8 lei la mierea de tei, 7,0 - 7,5 lei la mierea de rapiță și 15,0-20,0 lei la mierea de salcâm față de prețul obținut la vânzarea directă de către

apicultor consumatorului final, unde mierea se vinde cu prețuri pe kilogram de 22,0-26,0 lei la mierea polifloră, 28,0-30,0 lei la mierea de tei, 20,0-24,0 lei la mierea de rapiță, 36,0-40,0 lei la mierea de mană și 36,0-38,0 la mierea de salcâm.

Bineînțeles că apicultorii care dau mierea la procesatori, de cele mai multe ori bombăne că prețurile oferite sunt mici, că primesc banii târziu și că uneori procesatorii îi anunță după ce au primit mierea că aceasta este neconformă și astfel aceasta le este returnată.

Totuși, este de recunoscut că din ce în ce mai mulți români au luat exemplul altor apicultori europeni și-și vând singuri produsele apicole fie de la locația stupinei, fie prin curierat rapid, prin distribuție în magazine sau prin participare cu standuri în piețe sau la târgurile din județele țării.

În această situație trebuie ținut cont de faptul că având în vedere că vânzarea directă se face, cu predilecție către consumatorii români aceștia trebuie să fie obișnuiți să consume miere și alte produse apicole și, implicit, să le cunoască apreciindu-le proprietățile și calitățile.

Țările din Vestul Europei sunt caracterizate cu un consum mediu anual ridicat de miere astfel că, spre exemplu, pe lângă România care are un consum mediu anual considerat de 700 g / locuitor, Germania are peste 2000 g, în Olanda și Belgia 1500 g și peste 3000 g în țările nordice.

Deci, creșterea consumului intern de miere în România trebuie să reprezinte unul din principalele obiective ale strategiei de dezvoltare a sectorului apicol românesc. În acest sens este esențială cunoașterea evoluției pieței interne și externe în concordanță cu potențialul melifer al țării noastre, potențial ce oferă oportunități de sporire a producției de miere.

Această acțiune ar trebui însoțită de o campanie susținută de promovare a consumului de produse apicole.

De asemenea, punerea în operă a legii referitoare la aplicarea programului **“MIEREA ÎN ȘCOLI”**, prin care mierea va ajunge la circa 1,4 milioane de copii, va fi benefic pentru promovarea consumului de miere.

Dar e de reținut și faptul că cei care își vând singuri produsele apicole în străinătate trebuie să îndeplinească o serie de reguli, trebuie să le respecte cu o mare rigurozitate, neîncercând să le eludeze, astfel: în primul rând, persoanele care vând trebuie să aibă absolvit un curs de igienă, borcanele (respectiv recipientii) cu miere să fie etichetate astfel încât din cuprinsul etichetei să reiasă clar apicultorul sau firma producătoare, trasabilitatea mierii, tipul de miere, data extragerii, termenul de valabilitate ș.a.m.d.

Există, de altfel, și o mare responsabilitate pe produs și vânzătorul răspunde dacă din cauza produsului se întâmplă un accident cumpărătorului, dar răspunderea poate fi preluată și de un asigurator, dacă marfa a fost asigurată.

Referitor la activitatea de reclamă, apicultorii trebuie să fie conștienți că, fără o reclamă și o promovare adecvată a consumului de produse apicole, în general, și de miere, în special, nu-și pot vinde cu succes produsele, astfel că atât ei cât și asociațiile din care fac parte să inițieze și să efectueze diverse acțiuni în acest sens.

În timpul excursiei de documentare la toate exploatațiile apicole vizitate am văzut organizate adevărate expoziții de prezentare a produselor apicole de vânzare și toți au

afirmat că din profitul anual alocă 5-10% pentru promovare și reclamă, iar apicultorii vizitați spuneau cu tărie că merită această investiție fiindcă ea mărește rata profitului.

De altfel, tot la acțiuni de promovare trebuie amintit aspectul că nu ar trebui să existe stupar profesionist care să nu aibă adresă de site pe Internet prin care să își promoveze produsele și să le vândă.

Totodată, la apicultori trebuie să existe și răspunderea asupra faptului de a nu face reclamă mincinoasă sau în defavoarea altor vânzători și asupra conformității produsului din borcan cu cel declarat că este.

Și nu mă pot abține să nu-i amendez pe acei stupari români care își vând marfa pe marginea șoselelor, dar nu vor să și-o eticheteze ca să fie în legalitate, oare de ce?

Pe final, nu pot decât să salut modul de desfacere directă și sunt convins că profiturile obținute astfel sunt net superioare celor obținute prin vinderea la procesatori. Rămâne să ne perfecționăm modul de vindere direct, iar la procesatori să dăm numai surplusul.

Se pare că cei care au până la 100 de stupi ar trebui să aibă profit maxim prin desfacere directă pe când cei cu mai mult de 100 de stupi ar trebui să combine vânzarea directă cu cea indirectă, la procesatori.



Prof.univ.dr.ing.**Petre IORDACHE**