
PhD THESIS

Studii Privind Dezvoltarea Schemelor Europene de Calitate a Alimentelor in Romania

(REZUMAT AL TEZEI DE DOCTORAT)

Doctorand: Cristina Chifor

**Conducător de doctorat: Prof.univ. dr. Felix
H. Arion**



REZUMAT

Cuvinte cheie: produse traditionale, certificare voluntara, reglementari nationale, patrimoniu cultural.

Obiectivul principal al prezentei cercetari, a fost acela de a stabili bazele pentru un cadru larg de examinare a efectelor generale ale indicatiilor geografice si ale Schemelor de Certificare Europene, asupra societatii romanesti. Evaluarea cercetarilor academice privind Schemele europene de certificare din Romania a fost un subpunct in cercetarea demarata. De asemenea, a reprezentat interes modul in care profesionistii romani in domeniu au abordat problematica indicatiilor geografice, precum si modul in care actiunile lor de-a lungul anilor au avut vreun efect asupra societatii. A fost conceput si un sondaj pentru a afla daca consumatorii romani cunosc indicatiile geografice si daca sunt interesati sa plateasca o suma mai mare de bani pe produse certificate. De asemenea s-a urmarit a se raspunde la intrebarea: Sunt programele nationale de certificare o varianta mai buna decat cele Europene? Romania, in calitate de membru UE, respecta legislatia UE, care prevede ca fiecare stat membru poate crea o schema nationala de certificare in conformitate cu legislatia UE. AgroTransilvania Cluster, un actor important in industria agroalimentara, a luat initiativa de a crea programe optionale de certificare.

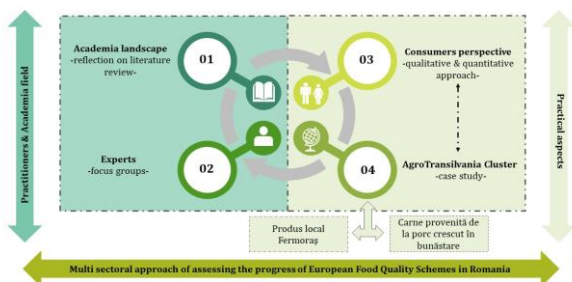


Figura 1. Obiectivele cercetarii

Prezenta investigatie contribuie la o mai buna intelegerea a fenomenului studiat, si clarifica o serie de variabile care au impact asupra industriei produselor certificate. Dinamica studiului a fost creata, pentru a promova reflectia in randul mediului universitar si dezvoltarea unor procese de cercetare mai sofisticate si integrate. Abordarea cercetarii a fost multidisciplinara. S-a considerat ca o evaluare combinata, a interactiunilor dintre cercetarea intreprinsa si partile interesate ar putea oferi informatii suplimentare cu privire la aspectele relevante pentru a identifica cea mai eficienta strategie de abordare, a schemelor de calitate. Aceasta cercetare este impartita in: o sectiune de revizuire a literaturii in care a fost evaluat fundamentul stiintific privind indicatiile geografice, urmata de sectiunea de contributii personale care este separata in continuare in unitati mai mici, cum ar fi: capitolul de materiale si metode, rezultate si discutii, concluzii.

Sectiunea 1: Revizuirea literaturii. Indicatii geografice. Context si situatia actuala

Denumirile de origine protejata (DOP) si indicatiile geografice protejate (IGP) au scopul de a pastra denumirile produselor pe baza anumitor calitati rezultate din originea lor geografica in cadrul sistemului de reglementare al Uniunii Europene (UE). Pentru inregistrarea unui DOP/IGP, producatorii si organizatiile lor colective trebuie sa depuna o cerere, care sa ateste relatia dintre caracteristicile de calitate ale produsului si originea sa geografica, precum si un caiet de sarcini al produsului care detaliaza cerintele pe care producatorii trebuie sa le respecte pentru a utiliza marca DOP/IGP. Pana in prezent, diferenta dintre numarul de produse certificate din tarile membre europene poate fi legata de mostenirea agricola, culturala si potentiala gastronomică, dar este legata si de masurile implementate in vederea sprijinirii producatorilor. Accesand sectiunea eAmbrosia de pe site-ul CE mai precis

registruul indicatiilor geografice UE, datele au fost colectate pentru a oferi o situatie actuala privind numarul de produse agroalimentare si bauturi alcoolice inregistrate in tarile Uniunii Europene. Tabelul 1. contine informatii statistice referitoare la numarul total de produse alimentare agricole si bauturi alcoolice de calitate inregistrate din fiecare tara din Uniunea Europeana. Datele au fost extrase pentru produse/bauturi alcoolice cu statutul „Inregistrat” pana la data de 14 februarie 2023.

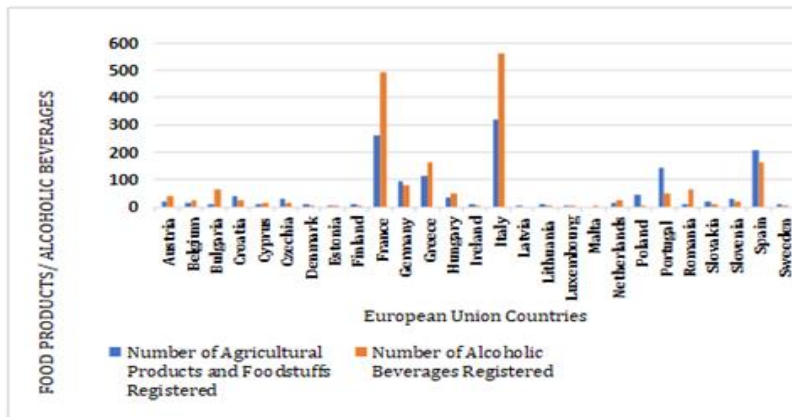
Dupa cum se poate observa dupa finalizarea interpretarii statistice a datelor colectate de la eAmbrosia, distributia geografica a alimentelor si bauturilor alcoolice certificate este puternic concentrata spre sudul Europei, in tarile Mediteraneene. Italia si Franta se remarca prin impartirea primelor doua pozitii in top, urmate de Spania, Portugalia si Grecia. A doua concluzie este ca atunci cand vine vorba de cele mai multe marci inregistrate, IGP si DOP sunt principalele scheme de autentificare in ceea ce priveste numarul de produse alimentare inregistrate, urmate de STG cu mai putine produse inregistrate fata de IGP sau DOP.

In ultimul rand, in Uniunea Europeana exista o tendinta mai mare de certificare a bauturilor alcoolice, in special a vinurilor, comparativ cu produsele agricole alimentare. In urmatoarea reprezentare grafica, Figura. 2, se poate observa ca si in tarile Mediteraneene bauturile alcoolice constituie un numar mai mare de certificari. Aceeasi situatie este valabila si in Romania.

Tabelul 1.

Numarul de produse agricole si produse alcoolice inregistrate

Country	Number of Agricultural Products and Foodstuffs Registered		Number of Alcoholic Beverages Registered		
	PDO/PGI	TSG	PDO/PGI	GI	TSG
			Wine	Spirit Drinks	Beers
Austria	16	3	28	10	0
Belgium	16	0	10	10	5
Bulgaria	3	6	54	12	0
Croatia	38	0	18	6	0
Cyprus	10	0	11	2	0
Czechia	30	1	13	0	0
Denmark	8	0	5	0	0
Estonia	1	0	0	1	0
Finland	8	3	0	2	1
France	260	2	438	53	0
Germany	93	0	45	36	0
Greece	115	0	147	15	0
Hungary	31	2	38	13	0
Ireland	8	0	0	3	0
Italy	315	4	526	34	0
Latvia	4	3	0	0	0
Lithuania	8	2	0	7	0
Luxembourg	2	0	1	0	0
Malta	0	0	3	0	0
Netherlands	11	4	19	5	0
Poland	34	10	0	2	0
Portugal	143	2	40	11	0
Romania	9	1	53	9	0
Slovakia	15	3	9	1	0
Slovenia	24	4	17	4	0
Spain	203	2	143	19	0
Sweden	10	0	0	3	0
TOTAL	1399	52	1618	258	6

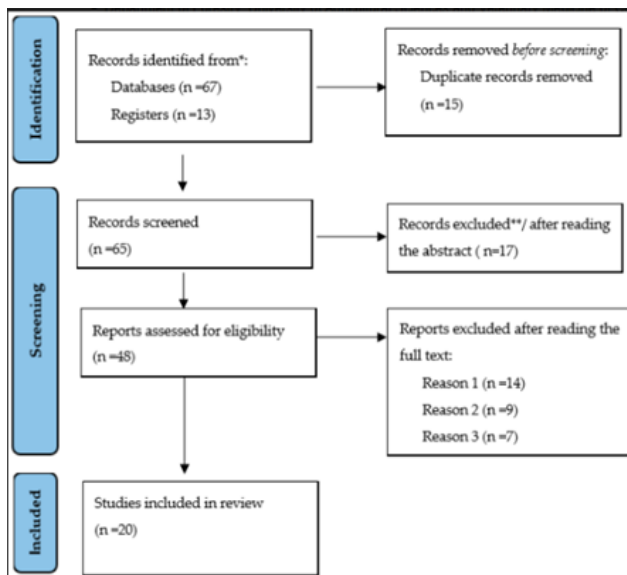


Numarul de produse agricole comparativ cu numarul de bauturi alcoolice inregistrate pana la data de 14 Februarie 2023 Figura 2.

Sectiunea 2: Contributii personale (Material si Metode, Rezultate si Concluzii si Recomandari).

Capitolul 1: Reflectie asupra literaturii stiintifice privind sistemele europene de calitate a alimentelor in Romania

In timpul etapei de cautare au fost folosite cuvinte cheie precum „etichetele produselor alimentare in Romania” sau „indicatiile geografice din Romania”. Aceste cuvinte specifice trebuiau sa fie prezente in titlurile lucrarilor, in cadrul rezumatelor si sectiunea de cuvinte cheie. Pentru a fi luate in considerare, articolele trebuiau sa includa dovezi empirice si/sau analize. Cautarea a fost limitata la studii publicate in limba engleza. Studiul a acoperit toate produsele agricole si alimentare cu indicatii geografice, inclusiv vinul si bauturile alcoolice. Serviciile, bunurile neagricole si alimentele nu au fost incluse in cercetare. Diagrama de flux PRISMA subliniaza standardele de selectie, evaluare si includere pentru resursele analizate. Articolele rezultate in urma cautarii au fost adunate intr-o baza de date, de unde duplicatele au fost apoi eliminate. Materialele pentru procedura de screening au fost mai intai alese pe baza rezumatelor lor, iar apoi inregistrarile au fost excluse sau incluse, asa cum se arata in Figura 3.



Procedura de selectie /utilizarea diagramei PRISMA ca instrument de selectie Figura 3.

* In loc sa raporteze numarul total in toate bazele de date si registre, numarul de inregistrari gasite a fost raportat separat de fiecare baza de date sau registru cautat.

** Nu au fost utilizate tehnologii automate in procedura.

Motivul 1: strategii cu mai multe subiecte.

Motivul 2: o ipoteza de cercetare diferita.

Motivul 3: Constatările nu au nicio legatura cu studiul actual.

Capitolul 2: Intalniri Focus Group

Sondajul denumit “Perceptia consumatorilor romani asupra schemelor de certificare europene, precum si intentia acestora de a plati un pret mai mare pentru produsele certificate”, distribuit pe platformele online, a fost sursa majora de informatii pentru intalnirile focus-grupului. Unele dintre intrebarile si raspunsurile pe care respondentii le-au oferit la anumite intrebari specifice, au fost transcrise si utilizate ca puncte cheie de interes pentru discutiile avute in cadrul intalnirilor focus-grup. Subiectele au fost transcrise 10 zile mai

tarziu dupa ce sondajul a fost distribuit online, in data de 25 Iunie 2023. Tinand cont de raspunsurile pe care respondentii le-au dat pana la acea data, au aparut urmatoarele subiecte de discutie:

- Intalnirile au inceput cu o scurta introducere in contextul cercetarii si, de asemenea, a fost explicat scopul focus-grupului.
- In al doilea rand, a avut loc o scurta prezentare a fiecarui participant la intalnire - prezentarea a inclus contextul educational, activitatile curente sau locul de munca si proiectele anterioare/proiectele de cercetare in care a fost implicat participantul. Trebuie subliniat faptul ca majoritatea participantilor au completat deja chestionarul si erau familiarizati cu subiectul conversatiei (au fost luate in considerare raspunsurile primite pana la 25 iunie 2023 - 10 zile mai tarziu dupa distribuirea sondajului pe platformele online). De asemenea trebuie mentionat ca, raspunsurile la chestionar au fost exclusiv preliminare, deci nu putem presupune ca acele subiecte care au fost abordate in focus grup servesc drept raspunsuri definitive ale chestionarului. S-a avut grija ca toti participantii sa-si dea consimtamantul si sa confirme ca au fost de acord cu inregistrarea audio a sesiunii. S-au demarat 4 sesiuni online (platforma de intalnire Google) dupa cum urmeaza:

Intalnire Focus Group: 30.06.2023

Gazda: Student doctorand Cristina Chifor- USAMV CLUJ-NAPOCA

Moderator: prof.dr Felix H. Arion- USAMV CLUJ-NAPOCA

Invitati:

G1: Rural Development Research Platform/ Academia Romania-
filiala Iasi

G2: Academia Romana- Institutul de Economie Agrara-
Bucharest

G3: TUV AUSTRIA Romania

Intalnire Focus Group: 05.07.2023

Gazda: Student doctorand Cristina Chifor- USAMV CLUJ-NAPOCA

Moderator: prof.dr Felix H. Arion- USAMV CLUJ-NAPOCA

Invitati:

G4: Scoala Doctorala de Economie si Administrarea Afacerilor Iasi

G5: Universitatea De Stiintele Vietii Ion Ionescu de la Brad Iasi

G6: USV Iasi

Intalnire Focus Group 06.07.2023

Gazda: Student doctorand Cristina Chifor- USAMV CLUJ-NAPOCA

Moderator: prof.dr Felix H. Arion- USAMV CLUJ-NAPOCA

Invitati:

G7: Academia Romana Filiala Cluj/ Slow Food

G8: Academia Romana Filiala Iasi/ Rural Development Research Platform

G9: USV Iasi

Intalnire Focus Group 07.07.2023

Gazda: Student doctorand Cristina Chifor- USAMV CLUJ-NAPOCA

Moderator: prof.dr Felix H. Arion- USAMV CLUJ-NAPOCA

Invitati:

G10: presedinte APAR

Propuneri focus grupuri:

- a) Crearea unei baze de date in care produsele pot fi gasite, clasificate dupa caracteristicile de calitate/criteriile de selectie pe care le cauta fiecare consumator intr-un produs alimentar. Desi exista multe cerinte de la consumatori, acestea sunt, de asemenea, cerinte unice bazate pe modul in care fiecare consumator percepe calitatea si ce caracteristici sunt semnificative pentru el. Folosind cei trei piloni ai bunastarii de mediu, economice si sociale ca fundatie, propunem conceptul de etichetare durabila a produselor.

- b) Informatiile gasite in sistemul electronic pot fi adresate si sub forma unui QR CODE, care permite consumatorului sa afle mai multe despre istoria produsului certificat (tipul de certificare, organizatia care a acordat certificarea si istoricul produsului certificat). verificari intreprinse). Acest sistem de codare este usor de citit de catre un terminal, cum ar fi un telefon sau o tableta, si are o sectiune dedicata producatorilor unde acestia isi pot afisa informatiile legate de produsele certificate.

Capitolul 3: Sondaj privind cunostintele consumatorilor romani cu privire la IG.

Sondajul „Cunoasterea si disponibilitatea consumatorilor romani de a plati un pret mai mare pentru produsele certificate” a fost creat pe Google Form si distribuit online in data de 15 iunie 2023 si a fost incheiat pe 15 iulie 2023. Trebuie avut in vedere faptul ca sondajul a fost raspandit online intr-o versiune in limba romana, iar ulterior intrebarile si raspunsurile au fost traduse in engleza. Sondajul a fost incheiat cu raspunsuri primite de la 396 de respondenti - acesti respondenti facand parte din dimensiunea esantionului. Sondajul a fost impartit in doua sectiuni: cea socio-demografica si partea principala a chestionarului. Distributia respondentilor in functie de gen este urmatoarea: 66,92% dintre respondentii la sondaj au fost femei, urmata de a doua categorie Barbati, cu un procent de 32,83 %. Varsta respondentilor variaza de la sub 25 la peste 65 de ani. Prima categorie a castigat un procent de 15,15% fata de doar 2,02% in cazul celei de-a doua categorii. Aici, este important de mentionat ca, categoria de varsta intre 25-40 a avut cei mai multi respondenti 50,00%. Fata de populatia inactiva (care a reprezentat doar 13,38% din respondenti), populatia activa a predominat sondajul (86,62%). Nivelul de studii al

respondentilor variaza de la studii liceale sau mai mici, la studii de master sau doctorat. Studiile superioare au avut cea mai mare pondere in randul populatiei sondajului (90,91%). Din rezultatele obtinute in ceea ce priveste venitul lunar, se poate observa ca exista un procent apropiat intre venitul net lunar cuprins intre 3000-4500 Ron (34,09%), si urmatoarea categorie 4500-7000 Ron (31,82%), iar doar 13,64% din populatie are un venit lunar mai mare de 7000 Ron. Resedinta populatiei este net mai mare in mediul urban cu un procent de 69,70%, comparativ cu mediul rural care a obtinut un procent 23,48%.

Capitolul 4: Studiu de caz AgroTransilvania Cluster

Cu accent pe AgroTransilvania Cluster, care a dezvoltat patru scheme de certificare voluntara, obiectivul acestei investigatii de calitative este de a identifica schemele unice de certificare pentru a incorpora produsele agroalimentare traditionale romanesti. Aceste initiative au fost realizate tinand cont de feedback-ul primit atat de la consumatori, cat si de la expertii in domeniu, cu scopul de a sprijini producatorii si de a le oferi un mijloc de a-si promova mai bine produsele. In tabelele de mai jos gasim o scurta descriere a fiecarei propuneri facute de AgroTransilvania Cluster:

Calitate sau reputatie deosebita care ii diferentiaza de alte produse din aceeasi categorie; compozitia, metoda de productie si caracterul se considera stabilite prin utilizarea unei rețete a carei existenta a fost demonstrata pe piata pentru o perioada de timp suficienta pentru a permite transmiterea intre generatii; aceasta perioada nu poate fi mai mica de 30 de ani.



Reteta Consacrata Logo Figura 4.

Cerintele speciale se refera la standardele de biosecuritate si bunastare a porcilor in conformitate cu bunele practici agricole care sunt aplicabile proceselor fundamentale din etapele de productie legate de cresterea, hranirea, transportul si sacrificarea animalelor.



Carne provenita de la porc crescut in bunastare Logo Figura 5.



Produs Local Fermoras Logo Figura 6.

Codul vama al produsului finit trebuie sa fie diferit de codurile vamale ale materiilor prime si ingredientelor atunci cand acestea provin din locatii din afara zonei desemnate, cu exceptia legumelor si fructelor, care se vand ca atare si trebuie sa provina in intregime din regiunea delimitata. Aria geografica se intinde pe o raza de 100 km fata de unitatea de productie in care este realizat produsul supus certificarii.



Calitate Garantata Logo Figure 7.

Un sistem care permite partilor interesate sa prezinte autoritatii competente schemele lor nationale de calitate bazate pe o referinta regionala. Caracteristicile particulare ale produselor, metodele specifice de productie sau valoarea produsului final care depaseste semnificativ standardele comerciale pentru aceeasi categorie de produse in ceea ce priveste sanatatea publica, sanatatea animala si a plantelor, bunastarea animalelor sau protectia mediului.

Capitolul 5: Concluzii si recomandari

Reflectia asupra literaturii academice a aratat faptul ca IG-urile nu sunt cel mai popular subiect de cercetare in Romania. Acest lucru se datoreaza deficitului de produse agroalimentare certificate, si cunostintelor limitate ale beneficiilor programului de certificare in randul producatorilor si consumatorilor romani. Literatura de specialitate nu a acoperit inca acest subiect in toate detaliile sale, prin urmare mai sunt necesare cercetari suplimentare in viitor. Calea a fost

deschisa dar sunt necesare studii mai multe si precise pe aceasta tema. Constatările generale după desfasurarea tuturor intalnirilor cu grupul de experti au aratat faptul ca: la inceput, inainte de a mentiona conceptul de calitate, este esential sa il definim si sa stabilim ce inseamna aceasta notiune pentru fiecare consumator individual si cat de importanta este pentru consumator necesitatea de a avea aceasta cerinta satisfacuta. O alta concluzie a fost ca varietatea de termeni precum: schema, sistem de calitate, eticheta de calitate si marca de calitate, toti referindu-se la acelasi concept, ar putea conduce consumatorul catre cai eronate. Implicarea continua a institutiilor nationale in actiuni de promovare si constientizare publica cu privire la aceste scheme de certificare, ar putea schimba intreaga perspectiva a consumatorilor romani legata de aceasta tema. Nu exista alte modalitati de educare si formare a consumatorilor decat implicarea activa a autoritatilor publice prin campanii video, audio si social media. Perceptia consumatorilor si nivelul de cunostinte despre produsele certificate este rezultatul atat a actiunilor autoritatilor publice, cat si a implicarii mediului academic. Chiar daca rezultatele sondajului aplicat pe consumatorii romani au exprimat rezultate pozitive (majoritatea respondentilor au putine cunostinte despre subiect si au putut recunoaste siglele), dar daca mergem dincolo de asta, consumatorii nu au alte informatii despre subiectul in cauza. Nu au cunostinte despre alte particularitati legate de fiecare logo in parte si de scopul indeplinit de fiecare certificare, si nici nu reusesc sa identifice beneficiile aduse de produsul certificat in cauza. AgroTransylvania Cluster, prin propunerile sale, a devenit un exemplu al modului in care certificarile private ar putea imbunatati mediul local si, in acelasi timp, sa abordeze initiative atat pentru consumatori, cat si pentru producatori. Faptul ca doua dintre certificarile propuse sunt recunoscute de UE, demonstreaza inca o data ca valoarea unui sistem de certificare

nu vine intotdeauna din faptul ca a fost creat de o institutie publica.

Recomandari

Ca urmare a acestei cercetari, trebuie intreprinse activitati suplimentare. Genul de evenimente in care sunt implicate toate partile din lantul de aprovizionare, inclusiv producatorii, consumatorii, comerciantii cu amanuntul, lumea afacerilor si sectorul educational. O sugestie data in acest domeniu a fost de a ajunge la fiecare public prin campanii nationale care au fost puternic promovate pe retelele sociale folosind mai multe canale (video, audio si grafica). O alta propunere pentru a usura viata consumatorilor este constituirea unei baze de date care sa cuprinda produse clasificate si clasificate in functie de criteriile de selectie pe care fiecare client le foloseste atunci cand alege un produs alimentar in conformitate cu propriile standarde de calitate. In era digitalizarii, este foarte necesar ca industria alimentara sa tina pasul cu tendintele. In acest sens, un sistem de codificare ar putea avea un impact mai mare. Acest sistem dispune de o zona special conceputa pentru producatori in care acestia pot impartasi informatii despre produsele certificate, fiind usor accesibile printr-un terminal, cum ar fi un telefon sau o tableta. Consumatorul poate afla mai multe despre istoricul produsului certificat (tipul de certificare, organizatia care a acordat certificarea si istoricul verificarilor efectuate) abordand informatiile gasite in sistemul electronic sub forma unui QR CODE. Ca o concluzie generala, in Romania exista o preocupare si o piata din ce in ce mai mare pentru produsele certificate. Majoritatea produselor/retetelor traditionale ar putea fi usor integrate sub umbrela unei certificari. Cu alte cuvinte, scopul principal este de a pastra know-how-ul traditional, dar, in acelasi timp, de a-l face popular in toata Europa.