

EUROPA ȘI NOI



Noua Europă pentru mine ca

**BRUTAR
COFETAR**

**Authors: Prof. Mag. Stefan Hlawacek
Ing. Martina Orsulova**

2003

Folosind exemplul EUROFIT Austria

1. Șanse și riscuri pe piața internă europeană pentru sectorul brutăriei și patiseriei

1.1. Libera circulație a bunurilor

În UE există libera circulație a mărfurilor care este reglementată de economia de piață standard. În cadrul pieței interne UE nu sunt cerute formalități vamale.

Statele membre UE au politici comune de schimb față de țările lumii a treia și respectă legea privind aproximarea impozitelor. Acest lucru privește implementarea unei valori adăugate minimale de 5% sau 15% și armonizarea taxelor de consum precum băuturile alcoolice.

Numeroase standarde tehnice vor fi armonizate. Dacă nu este prevăzută nici o lege privind aproximarea va fi aplicat **principiul recunoașterii mutuale** (principiul Cassis de Dijon). Pentru alimentație și deci și pentru brutării și patiserii acest principiu comportă o importanță crucială.

**Principiul
recunoașterii
mutuale**

Conform acestui principiu alimentele produse legal în orice țară membră UE pot circula liber în interiorul întregii Uniuni Europene. Acest lucru poate cauza anumite dificultăți și pentru brutării și patiserii; efectele așteptate/scontate sunt analizate în următoarele scenarii de sector.

1.2. Libera circulație a persoanelor

Libera circulație în cadrul UE ia în considerare nu numai mărfurile, ci și cetățenii UE. Angajații se pot stabili liber în orice țară UE datorită principiului tratamentului egal al cetățenilor din statele membre UE. Angajaților care provin dintr-o altă țară membră trebuie să li se ofere condiții de muncă egale cu cele ale rezidenților, de exemplu salariul și alte condiții de muncă, și le este permis să muncească în orice altă țară membră UE fără a deține un permis de muncă. Scopul este reducerea granițelor pe piața muncii. Doar un număr relativ scăzut de cetățeni au folosit această oportunitate până în prezent, totuși, acest lucru poate fi datorat limbii și barierelor de mentalitate.

În principiu cetățenii vor putea să circule liber, dar circulația va fi în continuare limitată de fixarea controalelor vamale.

1.3. Libera circulație a serviciilor și libertatea de stabilire

Meșteșugarii proprietari dar și profesiile libere pot căuta un nou domeniu al acțiivității lor în cadrul întregii Uniuni Europene. Un brutar italian poate de exemplu, după 6 ani de activitate independentă să-și deschidă o brutărie în Austria sau în orice țară membră. Examinarea/Verificarea certificatului de maestru meșteșugar nu este cerută pentru derularea activității meșteșugărești.

Sistemul educațional dual cu examinare finală de ucenicie și examinare de certificat de maestru meșteșugar s-a dovedit a fi foarte bun, exemplu Austria, Germania sau România. Acest sistem garantează un nivel bun al educației și este premisa producției de calitate în brutării și patiserii. De aceea există această tendință de a îl implementa în multe țări UE unde un asemenea sistem educațional lipsește.

**Sistemul
educațional
dual
garantează
calitatea**

Dacă meșteșugarul din altă țară membră UE dorește să se stabilească în România în viitor, se va interesa de acordul colectiv național și altă legislație din domeniul social și fiscal. Deși conform experienței anterioare doar un număr relativ scăzut de meșteșugari proprietari și angajați tind să se mute. Diferențele lingvistice și culturale, dar și insuficienta cunoaștere a piețelor locale și calității produselor creează adesea bariere în calea succesului economic în altă țară UE.

1.4. Libera circulație a capitalului

Nu numai mărfurile, persoanele și serviciile circulă sau pot fi mutate liber în cadrul pieței interne UE, dar și transferul de bani, capital și plăți este liberalizat. Acest lucru aduce cu sine, de exemplu în sectorul asigurărilor posibilitatea de a încheia contracte de asigurări și în străinătate (fără a plăti o taxă adițională dacă prețul asigurării în acea țară este mai convenabil). În sectorul bancar libera circulație a capitalului oferă accesul liber la credite în întreaga UE și transferul neîngrădit al capitalului și plăților. Condițiile de creditare mai avantajoase pot stimula întreprinderile mici și mijlocii în sensul *depășirii granițelor* în viitor.

2. Scenariul apropierii de UE

Acest scenariu ar trebui să arate posibilele schimbări, șansele și riscurile pe care le va aduce aderarea la UE pentru brutării. Discuțiile avute cu brutării și cofetării la seminarii și workshop-uri, schimbul de experiență cu asociațiile similare străine și experiența din consultanța acordată întreprinderii formează bazele pentru pregătirea viitoarei perspective asupra sectorului prin integrarea pe piața internă europeană.

Pentru brutării următorii factori importanți sunt necesari pentru a atinge succesul economic:

- produse foarte proaspete
- specializare mare privind sortarea noilor produse
- crearea magazinelor specializate
- management competent

**Produsele
inovatoare
asigură
succesul
economic**

Întreprinderile care vând produse asortate proaspete vor rămâne active pe distanțe relativ mici datorită proapețimii produselor care este trăsătura cea mai importantă pentru clienți la produsele de brutărie, dar și din cauza costurilor. Totuși dinamica pieții largite va avea o influență mai mare asupra întreprinderilor mici și mijlocii care vând bunuri cu perisabilitate medie, mare și bunuri congelate. Din cadrul acestor produse asortate multe produse competitive noi vor fi lansate de întreprinderile din UE pe piețele locale.

Producerea (și vânzarea) produselor de brutărie și patiserie se află sub incidența unui cod strict de reguli și hotărâri legislative privind alimentația. În special în agricultură și la nivelul superior (morărit) există controale naționale stricte; în aceste domenii așteptându-se alte schimbări vaste după intrarea în UE (HHCP).

Următoarele criterii par a fi în mod deosebit importante pentru brutării și patiserii:

2.1. Asimilarea prețurilor materiilor prime

În UE sistemul de stabilire a prețurilor și cel al promovării agriculturii este complet diferit. Pentru întreprinderi acest lucru înseamnă că numeroase materii prime pot fi cumpărate

**Prețuri mai
mici pentru
materii prime
după intrarea
în UE**

la prețuri mai mici. De exemplu, se așteaptă reducerea prețului făinii cu până la 50% în UE, de asemenea multe alte ingrediente precum drojdia, sarea, zahărul și grăsimile vor fi disponibile la un preț mai mic.

2.2. Principiul „Cassis de Dijon”

Liqueur-ul francez Johannesbeer a condus la o decizie majoră a Curții Europene de Justiție. Comercializarea alimentelor este supusă unor reguli speciale.

Reguli speciale pentru vânzarea alimentelor

Propoziția cheie a politicii alimentare europene este:

„Fiecare produs fabricat legal într-un stat membru (în concordanță cu legislația națională) poate circula liber în orice alt stat membru. Protecția consumatorului trebuie garantată prin etichetare.”

În practică acest lucru înseamnă că produsele fabricate conform directivelor și regulilor specifice fiecărei țări membre pot fi vândute fără limite în România. Aceste produse nu trebuie să corespundă directivelor și regulilor din România, dar toate diferențele trebuie să fie etichetate individual pe ambalajul produsului. Prăjiturile din Danemarca pot servi ca exemplu de permisivitate pentru conservanți chimici și ingrediente aromate. Aceste prăjituri pot fi vândute în România cu etichetele corespunzătoare (directiva UE privind etichetarea).

Datorită acestor motive merită reconsiderat dacă restricțiile din cod și regulamentele alimentare nu ar trebui revizuite în România pentru a ține fluxul de mărfuri sub control deoarece este foarte dificil de recucerit o piață pierdută și acest lucru este de obicei legat de cheltuieli mari. În acest sens este necesar a fi menționat faptul că producătorii români respectă regulile naționale chiar dacă produc pentru import în altă țară UE.

Principiul Cassis de Dijon este valid în întreaga Uniune Europeană!

2.3. Reglarea salariilor și a prețurilor

Salariul mediu în Germania este cu aproximativ % mai mare decât în România (în Elveția aproximativ cu % mai mare). Dacă o întreprindere dorește să calculeze costurile pentru o oră de muncă trebuie să ia în considerare și costurile de muncă non-salariale. Pentru a restrânge pierderile de oameni calificați – exportul de inteligență (vezi libera circulație a persoanelor) s-ar putea să fie necesar să crească nivelul salariilor pentru mai multe profesii și în mai multe regiuni (regiunile de graniță); în acest sens mărirea costurilor de muncă non-salariale ar trebui discutate pentru a fi îmbunătățită echitatea șanselor în competiție.

Mărirea salariilor devine necesară

Intrarea în UE va fi legată de sporirea ofertei produselor asortate. Se așteaptă o reducere a prețurilor anumitor produse și servicii ca rezultat al competiției mai acerbe și reducerea costurilor cu materiile prime și salariile. Prețuri mai competitive și salariile mai mari trebuie să aibă ca rezultat creșterea puterii de cumpărare și acest lucru poate stimula în continuare cererea pentru produse de înaltă calitate sau pentru produse meșteșugărești.

Creșterea numărului de produse asortate

Prin comparația prețurilor practice la brutăriile și patiseriile din Germania și Austria (și România) putem observa că pâinea și chiflele au niveluri similare de prețuri.

2.4. Adaptarea rapidă în regiunile de graniță

Libera circulație a mărfurilor și persoanelor, libera stabilire și eventual schimbările de prețuri au un efect rapid în special în regiunile de graniță. Pe de o parte întreprinderile vor trebui să se adapteze rapid la cerințe mai mari de asortare, prețuri și costuri și, pe de

Noua situație în regiunile de graniță

altă parte ele se vor confrunta cu înmulțirea oportunităților de exemplu sub forma filialelor fundațiilor „în spatele graniței”, dar și mai bune posibilități de livrări en-gros a specialităților naționale.

Creează-ți propria ta întreprindere „eurofit” (adaptată pe plan european), vei fi susținut de consultanți cu experiență în sectorul specific organizației:

- formularea noilor obiective și strategii ale întreprinderii
- calculația costurilor
- poziționarea magazinelor specializate – brutării și cofetării
- creșterea productivității și organizării în brutării

3 Întrebări

Pentru a defini oportunitățile și riscurile afacerii și pentru a trage concluziile corecte este necesar să răspunzi cât mai precis posibil la o multitudine de întrebări care se referă la:

- analiza propriei întreprinderi și poziția sa în mediul concurențial
- dezvoltarea obiectivelor
- strategiile și măsurile adecvate

Întrebările adecvate pentru analiza întreprinderii sau a mediului concurențial pot fi, de exemplu:

- Ce tipuri de produse/servicii oferim?
- Ce putem face în mod special/particular bine?
- Cu ce fel de produse obținem ce fel de rezultate?
- Cu ce tipuri de grupuri de clienți vom interacționa?
- Prin intermediul căror grupuri de clienți obținem ce fel de rezultate?
- Care este piața noastră?
- De ce ne limităm performanțele la această piață?
- Ce tipuri de avantaje și dezavantaje oferă locația noastră?
- Care sunt cei mai puternici rivali ai noștri, măsurați pe baza capitalului sau vânzărilor?
- Care din rivalii noștri sunt cei mai inovatori?
- Care sunt cele mai importante puncte forte și cele mai mari slăbiciuni ale noastre?
- Care sunt instrumentele de planificare și control la care avem acces?
- Care este acuratețea obținută între pre calculație și post calculație?

Întrebările pentru dezvoltarea obiectivelor pot fi de exemplu:

- Care sunt principalele puncte forte ale noastre pe care le putem vinde în mod deosebit clienților și care ne pot distinge clar de rivalii noștri?
- De ce ar alege clienții produsul nostru chiar dacă distanța ar fi mai mare?
- Ce șanse avem în livrarea mărfurilor pentru grupurile vizate anterior?
- Ce șanse avem dacă dorim să atragem noi grupuri de persoane sau să dezvoltăm noi lanțuri de livrări?
- Ce costuri adiționale apar dacă ne oferim serviciile pentru clienții aflați la distanțe mai mari?
- Care sunt grupurile țintă cărora ne adresăm în mod deosebit?
- Ce produse sau grupuri de produse ar trebui susținute/lansate în continuare?
- Care dintre performanțele în servicii ar trebui întărite?
- Care sunt activitățile de marketing care ne-ar putea influența substanțial vânzările?

Întrebările pentru definirea strategiilor și măsurilor adecvate sunt, de exemplu:

- Ce trebuie să facem pentru a ne atinge obiectivele în, de exemplu, aceste domenii:
 - Relațiile cu clienții
 - Pachete de servicii oferite
 - Performanțele serviciilor
 - Marketing și publicitate
 - Structura costului
 - Planificare și control
 - Calculație
- Cine este responsabil cu implementarea măsurilor?
- Care sunt termenele limită cărora trebuie să le acordăm o atenție sporită pentru măsurile specifice?
- Cine este responsabilul cu coordonarea și controlul măsurilor specifice?