

HOTĂRĂRI ALE GUVERNULUI ROMÂNIEI

GUVERNUL ROMÂNIEI

HOTĂRĂRE

privind aprobarea Strategiei naționale de promovare a produselor agroalimentare românești 2025-2029 și a planului de acțiuni pentru implementarea acesteia*)

În temeiul art. 108 din Constituția României, republicată,

Guvernul României adoptă prezenta hotărâre.

Art. 1. — Se aprobă Strategia națională de promovare a produselor agroalimentare românești 2025-2029, prevăzută în anexa nr. 1.

Art. 2. — Se aprobă Planul de acțiuni pentru implementarea Strategiei naționale de promovare a produselor agroalimentare românești 2025-2029, denumit în continuare *Plan de acțiuni*, prevăzut în anexa nr. 2.

Art. 3. — Ministerul Agriculturii și Dezvoltării Rurale și autoritățile și instituțiile publice menționate în Planul de acțiuni au obligația de a duce la îndeplinire acțiunile specifice domeniului lor de activitate prevăzute în acesta.

Art. 4. — Finanțarea necesară îndeplinirii acțiunilor specifice prevăzute în Planul de acțiuni se va realiza de către fiecare autoritate/instituție responsabilă cu implementarea planului, în limita bugetelor anuale aprobate ale autorităților/instituțiilor publice implicate, în condițiile legii, precum și prin absorbția fondurilor europene nerambursabile și asigurarea resurselor financiare necesare pentru cofinanțarea proiectelor.

Art. 5. — Anexele nr. 1 și 2 fac parte integrantă din prezenta hotărâre.

PRIM-MINISTRU

ILIE-GAVRIL BOLOJAN

Contrasemnează:

Viceprim-ministru,

Marian Neacșu

p. Ministrul agriculturii și dezvoltării
rurale,

Florian-Emil Dumitru,

secretar de stat

Secretarul general al Guvernului,

Ștefan-Radu Oprea

p. Ministrul educației și cercetării,

Gigel Paraschiv,

secretar de stat

Ministrul sănătății,

Alexandru-Florin Rogobete

Ministrul afacerilor externe,

Oana-Silvia Țoiu

p. Ministrul investițiilor și proiectelor
europene,

Carmen Moraru,

secretar de stat

p. Ministrul economiei, digitalizării,
antreprenoriatului și turismului,

Iulian Cosmin Mărgeloiu,

secretar de stat

Ministrul finanțelor,

Alexandru Nazare

București, 27 noiembrie 2025.

Nr. 1.039.

*) Hotărârea Guvernului nr. 1.039/2025 a fost publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 1117 din 4 decembrie 2025 și este reprodusă și în acest număr bis.

Anexa nr. 1

**STRATEGIA NAȚIONALĂ DE PROMOVARE A
PRODUSELOR AGROALIMENTARE ROMÂNEȘTI
2025 - 2029**

CUPRINS

Capitolul I

Introducere

Capitolul II

Viziunea

Capitolul III

Prioritățile, politicile și cadrul legal existent

Secțiunea 1: Cadrul legislativ specific

Capitolul IV

Analiza contextului și definirea problemei

Secțiunea 1: Repere statistice privind contextul actual al industriei alimentare la nivel european și național

Capitolul V

Obiectivele generale și specifice

Secțiunea 1: Obiectiv general: Îmbunătățirea valorificării potențialului agroalimentar al României

Secțiunea a 2-a: Obiective specifice

Capitolul VI

Programe

Capitolul VII

Rezultate așteptate

Secțiunea 1: Alinirea cu Obiectivele de Dezvoltare Durabilă

Capitolul VIII

Indicatorii

Capitolul IX

Procedurile de monitorizare și evaluare

Capitolul X

Instituții responsabile, implicații bugetare și sursele de finanțare

Capitolul XI

Implicațiile asupra cadrului juridic

BIBLIOGRAFIE

ACRONIME

Capitolul I

Introducere

Conform datelor EUROSTAT, în anul 2021, agricultura României era pe locul 7 în Uniunea Europeană, cu o producție de peste 21 de miliarde de euro. Valoarea producției agricole în Uniunea Europeană a crescut cu 8 % în anul 2021. În aceeași perioadă, România a avut o creștere de 25 % față de anul 2020.

Industria agroalimentară românească este un pilon esențial al economiei naționale, reprezentând nu doar o sursă importantă de venituri și locuri de muncă, ci și un factor crucial în asigurarea securității alimentare a populației și în promovarea resurselor agricole deosebit de bogate ale țării noastre. Cu o istorie bogată și tradiții culinare autentice, România are un potențial însemnat de a produce alimente de înaltă calitate, care să satisfacă nevoile, atât ale populației locale, cât și ale pieței internaționale.

Produsele agricole și alimentare sunt un vector important al economiilor naționale și, implicit, al economiei mondiale, prin aportul lor indispensabil la turism și servicii, contribuind într-o proporție foarte mare la crearea locurilor de muncă și a unităților de producție, generând prosperitate și creșterea venitului național. De aici și preocuparea instituțiilor economice, politice, culturale, naționale și internaționale pentru analizarea, protejarea și promovarea produselor alimentare tradiționale, finalizate cu elaborarea cadrului legal necesar.

În ultimele decenii, industria agroalimentară românească a evoluat considerabil, adoptând tehnologii moderne, standarde de calitate înalte și practici sustenabile pentru a susține creșterea producției agricole și dezvoltarea de produse alimentare competitive la nivel european și internațional. Astfel, promovarea produselor agroalimentare românești nu este doar o oportunitate de afaceri, ci și o responsabilitate pentru conservarea și valorificarea patrimoniului nostru alimentar și a diversității agricole a țării.

Diversitatea culturală a țărilor este reflectată și în diversitatea gastronomică, într-o lume în care societatea contemporană este multietnică, multireligioasă și multiculturală. Produsele agroalimentare și băuturile, precum vinul, băuturile spirtoase, modul acestora de producere atestă amprenta națională a fiecărei țări, componenta etnică, tradițiile, condițiile pedoclimatice specifice.

Patrimoniul gastronomic al României este divers, strâns împletit cu istoria țării și cu poziția sa geografică, la intersecția drumurilor între Apus și Răsărit, fiind rezultatul formării, în timp, a gusturilor și obiceiurilor culinare specifice poporului român.

Prezenta *Strategie* își propune să evidențieze importanța acestui sector și caracteristicile unice ale produselor românești, precum calitatea, autenticitatea și gustul inconfundabil.

În același timp, *Strategia* are în vedere și aspectele privitoare la sustenabilitate, siguranța alimentară și nutriție, pentru a demonstra că produsele agroalimentare românești reprezintă alegerea inteligentă pentru consumatorii din Europa și din întreaga lume.

În acest context, MADR a elaborat prezenta strategie de promovare, care va fi implementată în perioada 2025 – 2029, contribuind astfel la consolidarea reputației României ca un furnizor de încredere și inovator pe piața agroalimentară globală.

Procesul de elaborare a *Strategiei* s-a desfășurat în perioada 2019 – 2024, incluzând perioada de implementare a proiectului „**Consolidarea capacității MADR de a elabora politici și reglementări specifice în vederea implementării unui sistem strategic național pentru trasabilitatea și integritatea produselor agroalimentare**”, Cod SIPOCA/SMIS2014+: 589/126983, proiect cofinanțat din Fondul Social European (FSE) prin Programul Operațional Capacitate Administrativă (POCA) 2014-2020.

Elaborarea *Strategiei* a pornit de la o analiză detaliată a studiilor și a răspunsurilor primite la chestionare aplicate părților interesate, acțiune realizată de experți ai Băncii Mondiale în colaborare cu MADR. Aceste documente au oferit o bază solidă de date și informații privind starea actuală a sectorului agroalimentar din România, incluzând identificarea punctelor slabe și a vulnerabilităților, precum și a punctelor forte și oportunităților.

Pentru elaborarea prezentei *Strategii*, a fost constituit un grup de lucru dedicat, format din experți în diferite domenii relevante, inclusiv agricultură, economie, precum și reprezentanți ai MADR, alături de experți ai Băncii Mondiale.

Pe baza datelor obținute din studii și consultări, grupul de lucru a analizat și modelele de bune practici adoptate în Polonia și Irlanda pentru promovarea produselor agroalimentare locale.

Instituții și autorități publice implicate:

- a) Ministerul Agriculturii și Dezvoltării Rurale;
- b) Ministerul Economiei, Digitalizării și Antreprenoriatului și Turismului;
- c) Ministerul Educației și Cercetării;
- d) Ministerul Sănătății;
- e) Ministerul Afacerilor Externe;
- f) Ministerul Investițiilor și Proiectelor Europene;
- g) Agenția Română pentru Investiții și Comerț Exterior.
- h) Autoritatea Națională Sanitară Veterinară și pentru Siguranța Alimentelor;
- i) Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor;
- j) Departamentul pentru Dezvoltare Durabilă din cadrul Secretariatului General al Guvernului.

k) Institute de cercetare de profil, reprezentanți ai mediului academic, printre care menționăm: Academia de Științe Agricole și Silvicultură Gheorghe Ionescu-Sisești, Academia Română, Institutul de Cercetare-Dezvoltare pentru Ecologie Acvatică, Pescuit și Acvacultură Galați;

l) Institutul Național de Statistică;

m) Entități reprezentative ale sectorului agroalimentar, respectiv: organizații, asociații, clustere, printre care menționăm: Federația Națională a Producătorilor de Produse Tradiționale din România, Asociația pentru Promovarea Alimentului Românesc, Asociația Producătorilor de Salam de Sibiu.

Capitolul II

Viziunea

Prezenta *Strategie* are ca viziune obținerea de către România de beneficii maxime de pe urma producțiilor sale agricole, a calității produselor agroalimentare și a tradițiilor sale culinare și, prin promovarea acestora, să asigure mai multă prosperitate și rezultate economice pozitive în folosul populației.

Până în anul 2030, **România aspiră să fie lider regional în producția și exportul de produse agroalimentare cu valoare adăugată.** Inspirată din succesul produselor tradiționale românești pe piețele externe și capitalizând proiectele majore în curs de desfășurare, *Strategia* urmărește să transforme sectorul agroalimentar într-un pilon robust al economiei naționale. Angajamentele actuale, combinate cu lecțiile învățate din modelele altor țări, vor contribui la **diminuarea exporturilor de materii prime și reducerea importurilor de produse agroalimentare prelucrate. MADR, autoritate publică centrală cu prerogative legale în asigurarea securității alimentare naționale, reprezintă generator de sprijin, instituție care crează și difuzează fluxuri de informare și cunoaștere pentru dezvoltarea și fructificarea potențialului agroalimentar al României.**

Scopul *Strategiei* este de a întreprinde măsuri necesare pentru a răspunde cerințelor piețelor moderne și de a valorifica la maximum potențialul agroalimentar românesc. Acțiunile și colaborările strategice, adaptarea la noile oportunități, sporirea vizibilității produselor agroalimentare românești și asigurarea competitivității acestora pe piața internă și pe piețe terțe vor determina creșterea consumului intern de produse românești, redefinind astfel standardul de excelență în sectorul agroalimentar.

Capitolul III

Prioritățile, politicile și cadrul legal existent

Strategia este structurată în acord cu prioritățile guvernamentale și europene, acestea vizând siguranța și securitatea alimentară, comerțul cu produse agroalimentare și competitivitatea sectorului agroalimentar, astfel:

a) Securitatea și siguranța alimentară:

Scop: asigurarea accesului constant la alimente suficiente, sigure și nutritive pentru toți cetățenii.

Inițiative principale: investiții în tehnologie și inovație, formare profesională pentru angajații din sector și promovarea practicilor agricole și industriale moderne, implementarea de standarde de calitate, monitorizarea lanțului de aprovizionare și promovarea practicilor agricole și industriale sustenabile.

Colaborări: cooperare cu agențiile naționale și internaționale din domeniul sănătății și alimentației pentru a stabili protocoale de lucru și a răspunde la eventualele crize alimentare.

b) Comerț:

Scop: extinderea prezenței produselor agroalimentare românești pe piețele interne și externe.

Inițiative principale: stabilirea de parteneriate comerciale, participarea la târguri internaționale și promovarea produselor românești pe piețele țintă.

Dezvoltarea turismului gastronomic reprezintă un pilon esențial în construirea identității turistice a României, prin exploatarea sinergică a potențialului local și al gastronomiei specifice fiecărei regiuni.

Colaborări cu Camerele de comerț, cu MEDAT, ARICE, cu misiunile diplomatice, ambasade, consulate și cu reprezentanțele comerciale pentru a identifica și exploata oportunitățile de piață.

c) Competitivitatea sectorului agroalimentar:

Scop: creșterea eficienței și productivității în sectorul agroalimentar, determinând ca România să fie o țară cu un grad ridicat de competitivitate pe piața globală.

Inițiative principale: investiții în tehnologie și inovație, formare profesională pentru lucrătorii din sector și promovarea practicilor agricole moderne.

Colaborări: parteneriate cu institute de cercetare, universități și organizații internaționale pentru a beneficia de cele mai bune practici și tehnologii disponibile.

Politicile publice și proiectele întreprinse în domeniul promovării produselor agroalimentare românești:

Nr. crt.	Instituție inițitoare	Politică publică propusă
1.	AgroTransilvania Cluster (ATC)	Modificarea legislației aferente achizițiilor publice în vederea creșterii consumului de produse agroalimentare certificate ca și premisă a protejării sănătății populației printr-un regim alimentar echilibrat.
2.	ARICE	Politică publică pentru promovarea produselor la export.
3.	Uniunea Europeană	Programul de promovare ” <i>Enjoy, It’s From Europe</i> ”, program desfășurat în cadrul Politicii UE de promovare a produselor agricole, scopul acestui program fiind de a sprijini producătorii din sectorul agroalimentar, atât pentru a pătrunde pe piețele internaționale, de a-și consolida poziția pe aceste piețe, cât și de a crește competitivitatea sectorului agricol din UE; PS PAC 2023-2027 - politica de promovare vinuri pusă în aplicare prin: Acțiuni de informare referitoare la vinurile românești, desfășurate în statele membre, pentru încurajarea consumului responsabil de vin sau promovarea sistemelor de calitate al UE care vizează denumiri de origine și indicații geografice; Promovarea vinurilor - care să conducă la îmbunătățirea competitivității produselor vitivinicole din UE în țările terțe, inclusiv deschiderea și diversificarea piețelor vinurilor.

Uniunea Europeană a dezvoltat sisteme de certificare a calității produselor alimentare, care oferă garanții consumatorilor, protejează specialități culinare regionale și susțin utilizarea tehnicilor tradiționale de preparare.

La nivel european, există sisteme de recunoaștere/certificare a calității:

- Denumire de Origine Protejată (DOP).** Aceste produse sunt indivizibil legate de o zonă geografică specifică. Bunurile de consum sunt produse, procesate/preparate într-o anumită regiune geografică, folosind ingrediente și expertiză locală.
- Indicație Geografică Protejată (IGP).** Aceste produse sunt identificate ca provenind dintr-o anumită regiune în care sunt produse, procesate/preparate. Ingredientele pot proveni și din alte zone.
- Specialitate Tradițională Garantată (STG).** Aceste produse sunt fabricate prin tehnici sau ingrediente tradiționale, fără legătură cu o anumită zonă geografică.

d) **Produsele ecologice.** În cazul produselor prelucrate, cel puțin 95 % dintre ingredientele agricole sunt ecologice; legislația europeană privind această mențiune de calitate facultativă acoperă trei domenii principale: producția și etichetarea, controalele și schimburile comerciale. Sistemele europene de recunoaștere a calității nu se referă doar la produse alimentare, ci și la vinuri, băuturi spirtoase sau băuturi aromatizate.

Alături de sisteme de recunoaștere/certificare a calității produselor alimentare europene, **la nivel național**, au fost reglementate **următoarele scheme de calitate**:

- a) produs tradițional;
- b) produs alimentar obținut conform unei rețete consacrate;
- c) mențiune de calitate facultativă - produs montan;

Secțiunea 1

Cadrul legislativ specific

În privința **cadrului legislativ specific domeniului**, precizăm:

1.1. La nivel național:

a) Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 92/2011 pentru aprobarea organizării unor acțiuni de informare și promovare privind politicile aplicate în domeniul agriculturii și dezvoltării rurale, în plan intern și internațional, aprobată prin Legea nr. 110/2012, cu modificările ulterioare;

b) Ordonanță de urgență a Guvernului nr. 147/2022 privind înființarea, organizarea și funcționarea Agenției Române pentru Investiții și Comerț Exterior, precum și pentru modificarea Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 43/2017 privind înființarea, organizarea și funcționarea agențiilor pentru întreprinderi mici și mijlocii, atragere de investiții și promovare a exportului, cu modificările ulterioare;

c) Legea nr. 168/2017 privind instituirea zilei de 10 octombrie - Ziua națională a produselor agroalimentare românești;

d) Legea nr. 79/2019 privind instituirea Zilei naționale a gastronomiei și a vinului românesc, cu modificările și completările ulterioare;

e) Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 34/2000 privind produsele agroalimentare ecologice, aprobată prin Legea nr. 38/2001, cu modificările și completările ulterioare;

f) Hotărârea Guvernului nr. 963/2025 privind stabilirea cadrului instituțional și a unor măsuri pentru punerea în aplicare a Regulamentului (UE) 2024/1.143 al Parlamentului European și al

Consiliului din 11 aprilie 2024 privind indicațiile geografice pentru vin, băuturi spirtoase și produse agricole, precum și privind specialitățile tradiționale garantate și mențiunile facultative de calitate pentru produsele agricole, de modificare a Regulamentelor (UE) nr. 1.308/2013, (UE) 2019/787 și (UE) 2019/1.753 și de abrogare a Regulamentului (UE) nr. 1.151/2012;

g) Ordinul ministrului agriculturii și dezvoltării rurale, al ministrului sănătății și al președintelui Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor nr. 724/1082/360/2013 privind atestarea produselor tradiționale, cu modificările și completările ulterioare;

h) Ordinul ministrului agriculturii și dezvoltării rurale, al ministrului sănătății și al președintelui Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor nr. 151/1.460/213/2021 privind înregistrarea rețetelor consacrate, precum și atestarea produselor alimentare obținute conform rețetelor consacrate, cu modificările și completările ulterioare;

i) Ordinul nr. 1762/2015 privind aprobarea Procedurii de înregistrare și verificare a documentației pentru dobândirea protecției unui sistem de calitate a unui produs agricol și/sau alimentar, a Procedurii de declarare a opoziției la nivel național și a Procedurii de transmitere la nivelul Comisiei Europene a cererii de înregistrare a sistemelor de calitate ale produselor agricole și/sau alimentare, în vederea dobândirii protecției la nivelul Uniunii Europene, precum și a Regulilor specifice privind modelul și utilizarea logoului național;

j) Ordinul ministrului agriculturii și dezvoltării rurale nr. 1412/2018 pentru aprobarea Regulamentului privind recunoașterea organismelor de inspecție și certificare a produselor agricole sau alimentare și de supraveghere a activității organismelor de inspecție și certificare a produselor agricole sau alimentare care vor dobândi protecția indicațiilor geografice protejate (I.G.P.), a denumirilor de origine protejate (D.O.P.) și a specialităților tradiționale garantate (S.T.G.);

k) Ordinul ministrului agriculturii și dezvoltării rurale nr. 390/2019 privind aprobarea Procedurii preliminare de înregistrare și protecție la nivel național a cererilor de protecție a unei indicații geografice și de transmitere către Comisia Europeană a declarației privind cererile de protecție a indicațiilor geografice pentru produsele vitivinicole aromatizate;

l) Hotărârea Guvernului nr. 537/2022 privind stabilirea cadrului instituțional și a măsurilor pentru punerea în aplicare a Regulamentului (UE) 2019/787 al Parlamentului European și al Consiliului din 17 aprilie 2019 privind definirea, descrierea, prezentarea și etichetarea băuturilor spirtoase, utilizarea denumirilor băuturilor spirtoase în prezentarea și etichetarea altor produse alimentare, protecția indicațiilor geografice ale băuturilor spirtoase, utilizarea alcoolului etilic și a distilatelor de origine agricolă în băuturile alcoolice și de abrogare a Regulamentului (CE) nr. 110/2008, cu modificările și completările ulterioare;

m) Ordinul nr. 132/2022 privind aprobarea Procedurii de verificare a documentației pentru înregistrarea unei indicații geografice și dobândirea protecției băuturilor spirtoase, a Procedurii de declarare a opoziției la nivel național și a Procedurii de transmitere la nivelul Comisiei Europene a cererii de înregistrare a indicației geografice a băuturilor spirtoase, în vederea dobândirii protecției la nivelul Uniunii Europene, precum și a Regulilor specifice privind modelul și utilizarea logoului național al băuturilor spirtoase care au dobândit protecție națională a indicațiilor geografice;

n) Ordinul ministrului agriculturii și dezvoltării rurale nr. 213/2022 pentru aprobarea Regulamentului privind recunoașterea organismelor de certificare a băuturilor spirtoase și supravegherea activității acestor organisme;

o) Hotărârea Guvernului nr. 506/2016 privind stabilirea cadrului instituțional și a unor măsuri pentru punerea în aplicare a Regulamentului delegat (UE) nr. 665/2014 al Comisiei din 11 martie 2014 de completare a Regulamentului (UE) nr. 1.151/2012 al Parlamentului European și al Consiliului în ceea ce privește condițiile de utilizare a mențiunii de calitate facultative "produs montan", cu modificările ulterioare;

p) Ordinul ministrului agriculturii și dezvoltării rurale nr. 174/2021 privind aprobarea Procedurii de verificare a conformității datelor cuprinse în caietul de sarcini în vederea acordării dreptului de utilizare a mențiunii de calitate facultative "produs montan" și de realizare a controlului în vederea verificării respectării legislației europene și naționale de către operatorii economici care au obținut dreptul de utilizare a respectivei mențiuni, cu modificările ulterioare;

q) Hotărârea Guvernului nr. 1571/2022 privind stabilirea cadrului general de implementare a intervențiilor aferente sectoarelor vegetal și zootehnic din cadrul Planului strategic PAC 2023-2027, finanțate din Fondul european de garantare agricolă și de la bugetul de stat, cu modificările și completările ulterioare;

r) Planul strategic PAC 2023-2027 al României în vederea unui sprijin din partea UE finanțat de Fondul european de garantare agricolă și de Fondul european agricol pentru dezvoltare rurală, aprobat prin Decizia de punere în aplicare a Comisiei Europene nr. C (2022) 8.783 din 7 decembrie 2022, cu modificările și completările ulterioare;

s) Ordinul președintelui Agenției Române pentru Investiții și Comerț Exterior nr. 127/2024 privind aprobarea schemelor de ajutor de minimis pentru acțiunile din Programul de promovare a exportului, finanțat de la bugetul de stat;

t) Ordinul ministrului agriculturii și dezvoltării rurale nr. 225/2024 pentru aprobarea regulilor privind utilizarea siglei "ae" specifice produselor ecologice controlate;

u) Ordinul ministrului agriculturii și dezvoltării rurale nr. 45/2024 pentru modificarea Ordinului ministrului agriculturii și dezvoltării rurale nr. 312/2021 privind organizarea sistemului de control și certificare, de aprobare a organismelor de control și de supraveghere a activității acestora în agricultura ecologică;

v) Ordinul președintelui Autorității Naționale Sanitare Veterinare și pentru Siguranța Alimentelor nr. 34/2008 pentru aprobarea Normei sanitare veterinare și pentru siguranța alimentelor privind acordarea de derogări unităților care realizează produse alimentare ce prezintă caracteristici tradiționale de la cerințele menționate în Regulamentul Parlamentului European și al Consiliului nr. 852/2004/CE privind igiena produselor alimentare, precum și de stabilire a procedurii de acordare a derogărilor și de înregistrare sanitară veterinară și pentru siguranța alimentelor a unităților în care se realizează produse alimentare ce prezintă caracteristici tradiționale, cu modificările ulterioare;

w) Ordinul președintelui Autorității Naționale Sanitare Veterinare și pentru Siguranța Alimentelor nr. 35/2016 privind aprobarea Normelor metodologice de aplicare a Programului acțiunilor de supraveghere, prevenire, control și eradicare a bolilor la animale, a celor transmisibile de la animale la om, protecția animalelor și protecția mediului, de identificare și înregistrare a bovinelor, suinelor, ovinelor, caprinelor și ecvideelor, precum și a Normelor metodologice de aplicare a Programului de supraveghere și control în domeniul siguranței alimentelor, cu modificările și completările ulterioare.

1.2. La nivel european:

a) Regulamentul (UE) 2024/1143 al Parlamentului European și al Consiliului din 11 aprilie 2024 privind indicațiile geografice pentru vin, băuturi spirtoase și produse agricole, precum și privind specialitățile tradiționale garantate și mențiunile facultative de calitate pentru produsele agricole, de modificare a Regulamentelor (UE) nr. 1308/2013, (UE) 2019/787 și (UE) 2019/1753 și de abrogare a Regulamentului (UE) nr. 1151/2012;

b) Regulamentul delegat (UE) nr. 664/2014 al Comisiei din 18 decembrie 2013 de completare a Regulamentului (UE) nr. 1151/2012 al Parlamentului European și al Consiliului cu privire la stabilirea simbolurilor UE pentru denumirile de origine protejate, indicațiile geografice protejate și specialitățile tradiționale garantate și cu privire la anumite norme privind sursele, anumite norme procedurale și anumite norme tranzitorii suplimentare, cu modificările și completările ulterioare;

c) Regulamentul de punere în aplicare (UE) nr. 668/2014 al Comisiei din 13 iunie 2014 de stabilire a normelor de aplicare a Regulamentului (UE) nr. 1151/2012 al Parlamentului European și al Consiliului privind sistemele din domeniul calității produselor agricole și alimentare, cu modificările și completările ulterioare;

d) Rectificare la Regulamentul de punere în aplicare (UE) nr. 668/2014 al Comisiei din 13 iunie 2014 de stabilire a normelor de aplicare a Regulamentului (UE) nr. 1151/2012 al Parlamentului European și al Consiliului privind sistemele din domeniul calității produselor agricole și alimentare;

e) Regulamentul (UE) 2021/2117 al Parlamentului European și al Consiliului din 2 decembrie 2021 de modificare a Regulamentului (UE) nr. 1308/2013 de instituire a unei organizări comune a piețelor produselor agricole, a Regulamentului (UE) nr. 1151/2012 privind sistemele din domeniul calității produselor agricole și alimentare, a Regulamentului (UE) nr. 251/2014 privind definirea, descrierea, prezentarea, etichetarea și protejarea indicațiilor geografice ale produselor vitivinicole aromatizate și a Regulamentului (UE) nr. 228/2013 privind măsurile specifice din domeniul agriculturii în favoarea regiunilor ultraperiferice ale Uniunii;

f) Regulamentul delegat (UE) 2022/891 al Comisiei din 1 aprilie 2022 de modificare a Regulamentului delegat (UE) nr. 664/2014 de completare a Regulamentului (UE) nr. 1151/2012 al Parlamentului European și al Consiliului cu privire la stabilirea simbolurilor UE pentru denumirile de origine protejate, indicațiile geografice protejate și specialitățile tradiționale garantate și cu privire la anumite norme privind sursele, anumite norme procedurale și anumite norme tranzitorii suplimentare;

g) Regulamentul de punere în aplicare (UE) 2022/892 al Comisiei din 1 aprilie 2022 de modificare a Regulamentului de punere în aplicare (UE) nr. 668/2014 de stabilire a normelor de aplicare a Regulamentului (UE) nr. 1151/2012 al Parlamentului European și al Consiliului privind sistemele din domeniul calității produselor agricole și alimentare;

h) Regulamentul (UE) nr. 251/2014 din 26 februarie 2014 privind definirea, descrierea, prezentarea, etichetarea și protejarea indicațiilor geografice ale produselor vitivinicole aromatizate și de abrogare a Regulamentului (CEE) nr. 1601/91 al Consiliului, cu modificările și completările ulterioare;

i) Regulamentul (UE) 2019/787 al Parlamentului European și al Consiliului din 17 aprilie 2019 privind definirea, descrierea, prezentarea și etichetarea băuturilor spirtoase, utilizarea denumirilor băuturilor spirtoase în prezentarea și etichetarea altor produse alimentare, protecția indicațiilor geografice ale băuturilor spirtoase, utilizarea alcoolului etilic și a distilatelor de origine agricolă în băuturile alcoolice, și de abrogare a Regulamentului (CE) nr. 110/2008, cu modificările și completările ulterioare;

j) Regulamentul delegat (UE) 2021/1235 al Comisiei din 12 mai 2021 de completare a Regulamentului (UE) 2019/787 al Parlamentului European și al Consiliului cu norme privind cererile de înregistrare a indicațiilor geografice ale băuturilor spirtoase, modificarea caietelor de sarcini ale produselor, anularea înregistrării și registrul;

k) Regulamentul de punere în aplicare (UE) 2021/1236 al Comisiei din 12 mai 2021 de stabilire a normelor de aplicare a Regulamentului (UE) 2019/787 al Parlamentului European și al Consiliului în ceea ce privește cererile de înregistrare a indicațiilor geografice ale băuturilor spirtoase, procedura de opoziție, modificarea caietelor de sarcini ale produselor, anularea înregistrării, utilizarea simbolului și controlul;

l) Regulamentul delegat (UE) 2021/723 al Comisiei din 26 februarie 2021 de completare a Regulamentului (UE) 2019/787 al Parlamentului European și al Consiliului în ceea ce privește instituirea unui registru public în care sunt enumerate organismele desemnate de fiecare stat membru să supravegheze procesele de învechire a băuturilor spirtoase;

m) Regulamentul de punere în aplicare (UE) 2021/724 al Comisiei din 3 martie 2021 de stabilire a normelor de aplicare a Regulamentului (UE) 2019/787 al Parlamentului European și al Consiliului în ceea ce privește comunicările pe care trebuie să le efectueze statele membre către Comisie cu privire la organismele desemnate să supravegheze procesele de învechire a băuturilor spirtoase și la autoritățile competente responsabile cu asigurarea respectării regulamentului respectiv;

n) Regulamentul delegat (UE) 2021/1335 al Comisiei din 27 mai 2021 de modificare a Regulamentului (UE) 2019/787 al Parlamentului European și al Consiliului în ceea ce privește etichetarea băuturilor spirtoase rezultate din combinarea unei băuturi spirtoase cu un produs alimentar sau cu mai multe astfel de produse;

o) Regulamentul delegat (UE) 2021/1334 al Comisiei din 27 mai 2021 de modificare a Regulamentului (UE) 2019/787 al Parlamentului European și al Consiliului în ceea ce privește aluziile la denumirile legale ale băuturilor spirtoase sau la indicațiile geografice ale băuturilor spirtoase în descrierea, prezentarea și etichetarea altor băuturi spirtoase;

p) Regulamentul delegat (UE) nr. 665/2014 al Comisiei din 11 martie 2014 de completare a Regulamentului (UE) nr. 1151/2012 al Parlamentului European și al Consiliului în ceea ce privește condițiile de utilizare a mențiunii de calitate facultative „produs montan”, cu modificările și completările ulterioare;

q) Regulamentul (UE) nr. 1144/2014 al Parlamentului European și al Consiliului din 22 octombrie 2014 privind acțiunile de informare și promovare referitoare la produsele agricole puse în aplicare pe piața internă și în țările terțe și de abrogare a Regulamentului (CE) nr. 3/2008 al Consiliului;

r) Regulamentul de punere în aplicare (UE) 2015/1831 al Comisiei din 7 octombrie 2015 de stabilire a normelor de aplicare a Regulamentului (UE) nr. 1144/2014 al Parlamentului European și al Consiliului privind acțiunile de informare și promovare referitoare la produsele agricole puse în aplicare pe piața internă și în țările terțe;

s) Regulamentul delegat (UE) 2015/1829 al Comisiei de completare a Regulamentului (UE) nr. 1144/2014 al Parlamentului European și al Consiliului privind acțiunile de informare și promovare referitoare la produsele agricole puse în aplicare pe piața internă și în țările terțe;

t) Regulamentul (UE) 2021/2115 al Parlamentului European și al Consiliului din 2 decembrie 2021 de stabilire a normelor privind sprijinul pentru planurile strategice care urmează a fi elaborate de statele membre în cadrul politicii agricole comune (planurile strategice PAC) și finanțate de Fondul european de garantare agricolă (FEGA) și de Fondul european agricol pentru dezvoltare rurală (FEADR) și de abrogare a Regulamentelor (UE) nr. 1305/2013 și (UE) nr. 1307/2013, cu modificările și completările ulterioare;

u) Regulamentul (UE) 2021/2116 al Parlamentului European și al Consiliului din 2 decembrie 2021 privind finanțarea, gestionarea și monitorizarea politicii agricole comune și de abrogare a Regulamentului (UE) nr. 1306/2013, cu modificările și completările ulterioare;

v) Regulamentul delegat (UE) 2022/126 al Comisiei din 7 decembrie 2021 de completare a Regulamentului (UE) 2021/2115 al Parlamentului European și al Consiliului cu cerințe suplimentare referitoare la anumite tipuri de intervenții specificate de statele membre în planurile lor strategice PAC pentru perioada 2023-2027 în temeiul regulamentului respectiv, precum și cu norme privind raportul pentru standardul GAEC 1 (bune condiții agricole și de mediu), cu modificările și completările ulterioare;

w) Regulamentul de punere în aplicare (UE) 2021/2307 al Comisiei din 21 octombrie 2021 de stabilire a normelor privind documentele și notificările necesare pentru produsele ecologice și produsele în conversie destinate importului în Uniune, cu modificările și completările ulterioare;

x) Regulamentul (UE) 2018/848 al Parlamentului European și al Consiliului din 30 mai 2018 privind producția ecologică și etichetarea produselor ecologice și de abrogare a Regulamentului (CE) nr. 834/2007 al Consiliului, cu modificările și completările ulterioare;

Capitolul IV

Analiza contextului și definirea problemei

Conform Indicelui Global de Securitate Alimentară – Raport 2022 (Global Food Security Index – GFSI), România ocupă poziția generală 45 în topul mondial al securității alimentare din 113 țări analizate, astfel încât au fost luate în considerare diverse criterii pentru calcularea Indicelui Global al Securității Alimentare - GFSI printre care disponibilitatea hranei, accesibilitatea acesteia, calitatea și siguranța alimentelor, cu un scor de 68,8 puncte.

Pentru a vedea situația în care se află România conform acestui indice, este bine de urmărit locul pe care se află pe parcursul anilor. În Raportul din anul 2021 GFSI, România ocupă poziția 29 în topul mondial al securității alimentare din cele 113 țări analizate, cu un scor de 72,4 puncte.

Relevant este faptul că ediția din anul 2021 a Raportului GFSI încorporează categoria „Resurse naturale și rezistență” în indexul principal. Această categorie evaluează expunerea unei țări la impactul schimbărilor climatice; susceptibilitatea acesteia la riscurile legate de resursele naturale și modul în care o țară se adaptează la aceste riscuri, au un impact asupra incidenței insecurității alimentare într-o țară.

Volatilitatea mai mare a prețurilor alimentelor, începând din anul 2020, a arătat în rapoartele GFSI, cât de accesibile sunt alimentele în toate cele 113 state, inclusiv în România. România se afla pe locul 22 din 113, poziție generală în clasament.

De menționat este faptul că dintre cei patru piloni care alcătuiesc GFSI: accesibilitatea la hrană, disponibilitatea hranei, indicii globali de mediu și calitatea alimentelor, în România, accesibilitatea la alimente a scăzut constant de-a lungul întregului deceniu în care a fost realizată analiza, situându-ne în anul 2022 pe locul 50, între cele 113 state, cu scorul de 60,6 puncte.

În schimb, pilonul cu cel mai mare punctaj în analiza GFSI este pentru Calitatea și Siguranța alimentelor, iar acest indicator este relevant și în *Strategia națională de promovare a produselor agroalimentare 2025 - 2029*. Scorul mediu pentru toate națiunile este de 68 de puncte, determinat de adoptarea pe scară largă a planurilor sau strategiilor nutriționale. Acest lucru este esențial, deoarece afecțiunile legate de dietă sunt cauza principală a decesului prematur la nivel global.

Cel mai bun scor al României în anul 2022 este pentru indicatorul Calitate și Siguranța, cu un punctaj de 77,9, România ocupând pentru acest indicator locul 27 între cele 113 țări și locul 17 între țările din Uniunea Europeană.

Rapoartele FAO și OMS pe primele șase luni ale anului 2022 pun în evidență acțiunile guvernelor țărilor din întreaga lume, prin măsuri de stimulare a producției de hrană la nivel local, facilitarea rețelelor și parteneriatelor locale și regionale și întărirea lanțurilor scurte de aprovizionare pe canale locale de distribuție și producerea de hrană cât mai ieftină.

În lipsa promovării unor politici coerente de calitate și siguranță pentru produsele agroalimentare, unele măsuri susținute au produs alte crize care afectează populația pe termen lung, legate de boli cronice, precum obezitatea, diabetul, afecțiuni cardiovasculare și numeroase forme de cancer, populația cu risc major fiind copiii.

Raportul OMS privind progresele înregistrate în statele membre din Regiunea Europeană, în ceea ce privește implementarea *Planului de acțiune pentru alimentație și nutriție europeană în perioada 2015-2020*, prezintă date privind starea nutrițională a populațiilor din întreaga regiune, inclusiv în ceea ce privește punerea în aplicare a politicilor recomandate la nivel regional și global pentru promovarea alimentației sănătoase și prevenirea obezității. Datele conținute în raport sunt bazate pe răspunsurile statelor membre la chestionarul OMS de revizuire a politicii globale de nutriție.

În unele regiuni din Europa, aplicarea politicilor cheie din domeniul nutriției s-a îmbunătățit semnificativ în ultimii ani, iar programele de educație nutrițională a copiilor a înregistrat progrese substanțiale, precum alimentația școlară, reformularea produselor alimentare destinate copiilor mici și școlarilor, abordările fiscale și supravegherea obezității din copilărie având deja succes.

Raportul identifică, însă, unele diferențe între țări în ceea ce privește amploarea și profunzimea politicilor legate de promovarea alimentației și nutriției sănătoase. Reformularea cadrului legislativ, în ceea ce privește implementarea unor politici de calitate și armonizarea regională este în atenția mai multor state europene, unele țări adoptând o abordare minimă, iar altele una mai ambițioasă.

România, în politicile publice, include promovarea schemelor și sistemelor de calitate pentru produse agroalimentare la nivel național și european și o mai mare atenție în ceea ce privește responsabilitatea socială pentru sănătatea oamenilor și animalelor, precum și pentru mediu.

Din acest motiv, sunt necesare abordări noi în politica de promovare națională alimentară și nutrițională în anii următori, pentru a atinge, atât Obiectivele de Dezvoltare Durabilă și țintele conexe, convenite de guvernele din întreaga UE, cât și pentru asigurarea securității alimentare.

Secțiunea 1

Repere statistice privind contextul actual al industriei alimentare la nivel european și național

Efectuarea unei analize cantitative a datelor statistice înregistrate la nivel european și național, în scopul radiografierii situației industriei alimentare la nivel european și național a avut ca obiectiv definirea provocărilor din domeniu și identificarea soluțiilor optime privind abordarea strategică aplicabilă la nivelul industriei agroalimentare din România.

Au fost identificați indicatori statistici relevanți pentru stabilirea eficienței, competitivității industriei alimentare din România, prin comparație cu celelalte state membre europene, din perspectiva tranziției către un sistem agroalimentar durabil, sustenabil, care să asigure bunăstarea producătorilor autohtoni, a membrilor comunității, pe de-o parte, dar și conservarea resurselor mediului înconjurător, pe de altă parte.

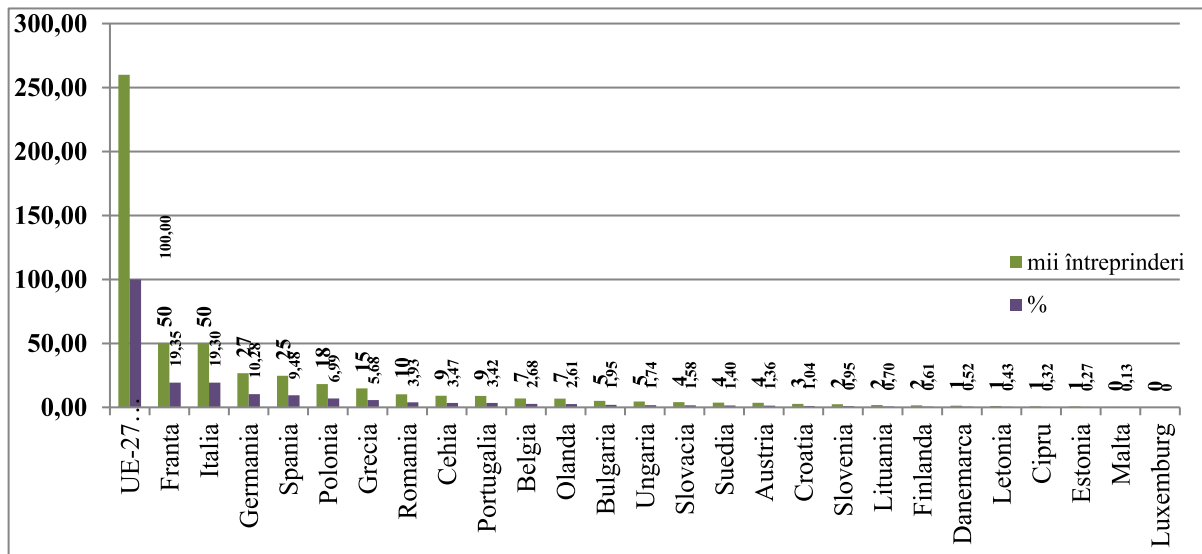
Indicatorii statistici de referință pentru estimarea nivelului și tipologiei ofertei de produse agroalimentare, la nivel european și la nivel național, dar și unii dintre factorii determinanți ai acestei oferte vor fi prezentați în cele ce urmează.

Numărul operatorilor industriali pe piața agroalimentară europeană reprezintă o coordonată importantă a ofertei de produse agroalimentare.

La nivelul UE, conform datelor prezentate în figura 1 și figura 2:

- a) în anul 2020, figuiau 260.000 întreprinderi active în industria agroalimentară;
- b) pe parcursul perioadei 2012 - 2020, numărul operatorilor economici din sectorul de referință a crescut la finele intervalului, înregistrând o valoare cu 1% mai mare față de anul 2012.

Figura 1. Numărul ofertanților din industria agroalimentară la nivelul statelor membre europene, 2020 (mii întreprinderi,%)

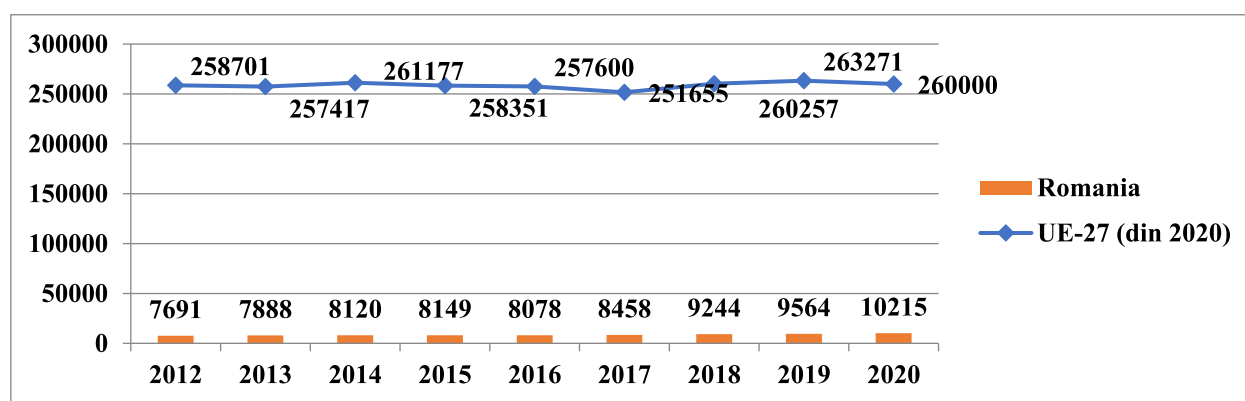


Sursă: prelucrare date Eurostat: bază de date Eurostat, Annual detailed enterprise statistics for industry (NACE Rev. 2, B-E) (2005-2020) – Manufacture of food products – Enterprises – number - cod serie sbs_na_ind_r2

În ceea ce privește situația la nivelul statelor membre a indicatorului analizat, reiese faptul că Franța ocupă primul loc, cu o pondere de peste 19,35% în totalul european al operatorilor economici de profil, urmată imediat fiind de Italia (19,30%). Pe locurile 3 și 4 se situează țări ca Germania (10,28%) și Spania (9,48%).

La nivel național, în anul 2020, figurau 10.222 întreprinderi de profil, reprezentând o pondere de peste 3,95% în total valoric european de referință, valoare care situează România pe locul 7 în clasamentul prezentat. Subliniem faptul că Grecia era poziționată în fața României.

Figura 2. Dinamica numărului ofertanților din industria agroalimentară la nivelul UE și la nivel național, 2012-2020 (mii întreprinderi)



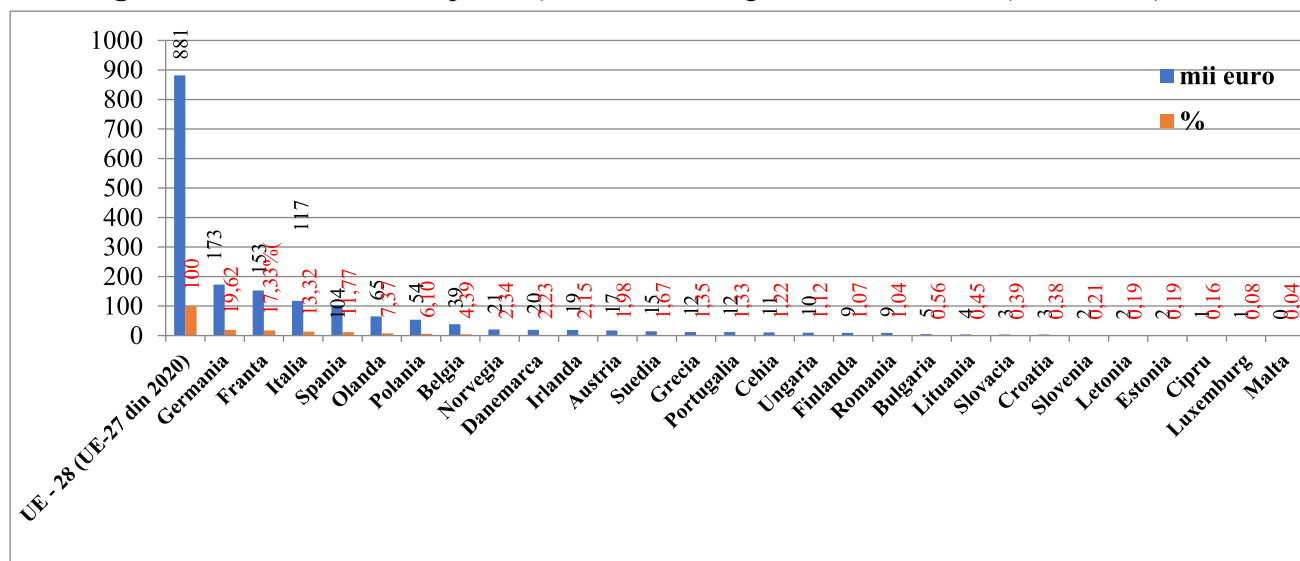
Sursă: prelucrare date Eurostat: Bază de date Eurostat, Annual detailed enterprise statistics for industry (NACE Rev. 2, B-E) (2005-2020) – Manufacture of food products – Enterprises – number - cod serie sbs_na_ind_r2

Producția industrială agroalimentară realizată la nivelul operatorilor industriali pe piața europeană

La fel de importantă precum primul indicator statistic descriptiv pentru oferta europeană de produse agroalimentare este valoarea producției realizată la nivelul piețelor de referință.

Figura 3 relevă, pentru anul 2020, la nivelul statelor membre europene, trendul crescător al valorii producției agroalimentare în intervalul 2012-2020, de la valoarea înregistrată în anul 2012, de 753 miliarde de euro, la pragul din 2020, de 881 miliarde de euro.

Acest lucru se poate justifica prin fluctuațiile survenite la nivelul euro, dar și al ratei inflației.

Figura 3. Nivelul valoric al producției industriale agroalimentare 2020 (mii euro,%)

Sursă: prelucrare date Eurostat: Bază de date Eurostat, Annual detailed enterprise statistics for industry (NACE Rev. 2, B-E) (2005-2020) – Manufacture of food products Production value - million euro cod serie sbs_na_ind_r2

Analizând ierarhia țărilor europene din punct de vedere al valorii producției agroalimentare industriale, se observă prezența aceluiași state membre în topul clasamentului, cu mici diferențe din punct de vedere al locurilor ocupate. Astfel, în anul 2020, Germania înregistrează cea mai mare valoare a indicatorului analizat, cu o valoare a producției de 173 miliarde euro (19,62% din totalul european), urmată de Franța (17,33%), Italia (13,32%) și Spania (11,8%). România se situează pe locul 18, cu o valoare a producției de 9000 milioane de euro, contribuind astfel cu doar 1,04% în realizarea valorii înregistrate la nivel european.

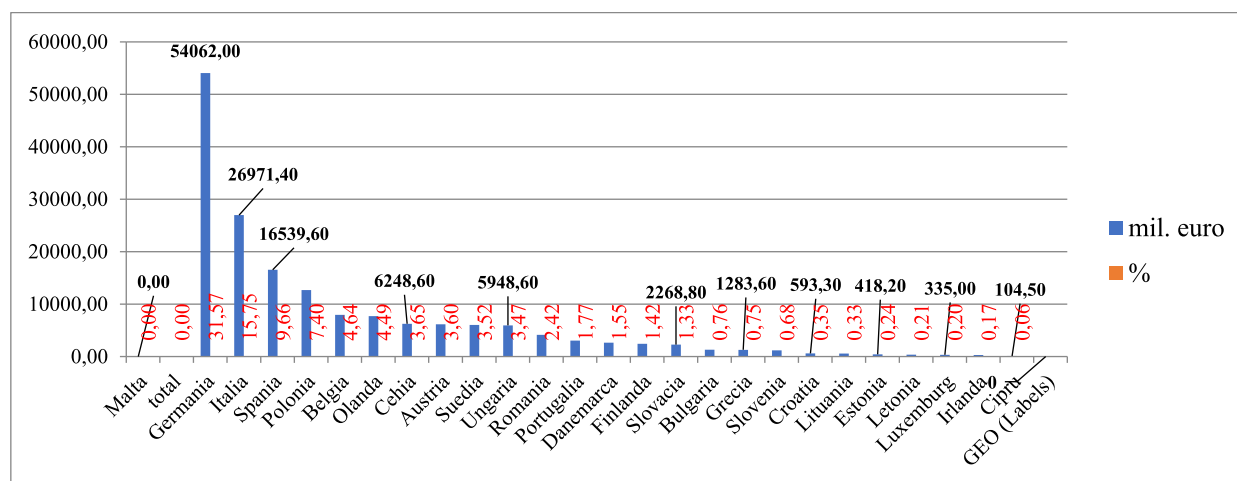
În urma celor prezentate anterior, se identifică la nivelul României, o poziție sub media europeană, în ceea ce privește valoarea producției realizate la nivelul ramurilor industriei agroalimentare, cu atât mai mult cu cât România deține resursele naturale din punct de vedere climatic și pedologic favorabile în vederea obținerii de randamente superioare la hectar în etapa de producție agricolă, dar și tradiție în ceea ce privește sectorul agricol.

Nivelul investițiilor, un factor determinant al nivelului ofertei de produse agroalimentare

Logistica existentă influențează rezultatele obținute la nivelul piețelor de referință, utilizarea unor tehnologii de producție și echipamente performante poate genera avantaje concurențiale, datorită diminuării costurilor de producție, creșterii nivelului de eficiență și eficacitate economică, diminuării cheltuielilor de personal, protejarea mediului înconjurător și altele.

În figura 4, se identifică nivelul investițiilor la nivelul țărilor membre europene în industria agroalimentară, în ceea ce privește utilajele și echipamentele utilizate.

Figura 4. Nivelul investițiilor brute pentru utilaje și echipamente, la nivelul industriei agroalimentare, în S.M. europene, în 2020 (miliarde euro,%)



Sursă: prelucrare date Eurostat: Bază de date Eurostat, Annual detailed enterprise statistics for industry (NACE Rev. 2, B-E) (2005-2020) – Manufacture of food products Gross investment in machinery and equipment - million euro cod serie sbs_na_ind_r2

Din figura 4, reiese faptul că, în anul 2020, conform ultimei actualizări statistice efectuate, Germania este țara cu cea mai mare valoare a investițiilor în utilaje și echipamente la nivelul industriei agroalimentare, peste 5400 milioane euro, aducând o contribuție de 31,57% în formarea totalului european. La jumătatea pragului valoric menționat, se situează Italia, cu o pondere de 15,75% în totalul european și o valoare a investițiilor de 26971 milioane euro în echipamente și utilaje industriale. Nu în cele din urmă, la nivelul Poloniei investițiile de profil au ajuns la pragul de 12674 milioane euro, cu o contribuție în totalul european de 7,40%. România se situează pe locul 12 în clasament, cu o valoare a investițiilor de 4137,3 milioane euro, valoare superioară celor înregistrate în anii precedenți, cu 23% mai mare față de valoarea înregistrată în anul 2012, dar încă sub media europeană din anul 2020, respectiv 6849 milioane euro.

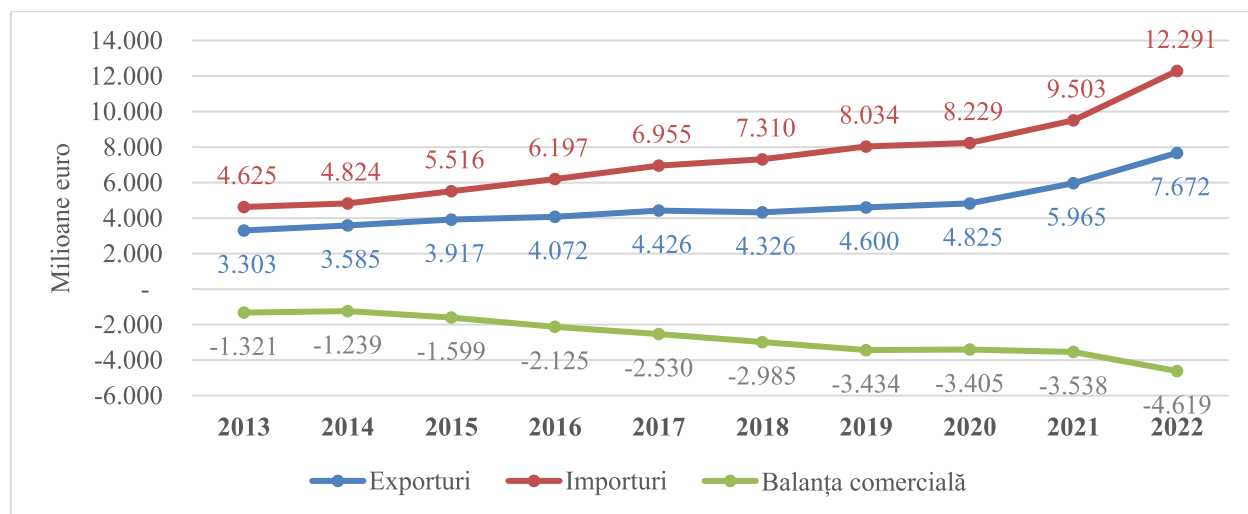
Guvernului României este preocupat permanent de identificarea și implementarea de politici specifice care să susțină dezvoltarea sectorului industriei alimentare, menționând în acest sens Programul național de dezvoltare și susținere a industriei alimentare INVESTALIM aferent perioadei 2023 – 2026.

Evoluția deficitului comercial pentru produsele agroalimentare

Cu excepția cerealelor, în ultimii 10 ani, experți din cadrul Academiei de Studii Economice au analizat balanța comercială din România pentru perioada 2013-2022, conform studiului de specialitate efectuat pe baza datelor statistice furnizate de INS, relevă un deficit important al balanței comerciale pentru produsele agroalimentare, excluzând exportul de cereale.

Atât valoarea exporturilor, cât și a importurilor de produse agroalimentare a avut o creștere constantă în ultimii 10 ani, cu o valoare a importurilor de produse agroalimentare permanent superioară exporturilor (Figura 5). S-a eliminat din analiză comerțul internațional cu cereale atât pentru a evita denaturarea rezultatelor ca urmare a situației conjuncturale din ultimii ani care a condus la creșterea exporturilor de cereale, cât și pentru că valoarea adăugată a acestora în economie este redusă, capacitățile de transformare a cerealelor în bunuri cu valoare adăugată mai ridicată fiind insuficiente.

Figura 5. Evoluția exporturilor, importurilor și a balanței comerciale pentru produsele agroalimentare



Sursa datelor INS: <https://www.applied-research.ase.ro/wp-content/uploads/2023/07/Studiu-Strategii-pentru-echilibrarea-balantei-comerciale-a-Romaniei-prin-stimularea-si-sustinerea-productiei-nationale-July-2023.pdf>

Ritmul de creștere al importurilor a fost mai accelerat decât al exporturilor. Astfel, rata medie anuală de creștere a importurilor în perioada analizată a fost de 11,7%, comparativ cu o rată medie de creștere a exporturilor de 10,2%. Repercusiunile pot fi observate în deteriorarea semnificativă a balanței comerciale în ultimii 10 ani, care a atins 4,6 miliarde euro în anul 2022.

Valoarea exporturilor de produse agroalimentare, cu excepția cerealelor a reprezentat 8,3% din totalul exporturilor în România, cea a importurilor 9,75% din total, în timp ce deficitul comercial al produselor agroalimentare, cu excepția cerealelor, a reprezentat 13,5% din totalul deficitului comercial al României în anul 2022 (Tabelul 1).

Tabelul 1. Comerțul internațional cu produse agroalimentare ca procent din total exporturi/importuri/deficit comercial al României

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
% Exporturi de produse agroalimentare din total exporturi	6,67	6,83	7,17	7,10	7,07	6,39	6,67	7,76	7,99	8,34
% Importuri de produse agroalimentare din total importuri	8,36	8,24	8,76	9,20	9,20	8,82	9,31	10,21	9,66	9,75
% Deficit comercial produse agroalimentare din total deficit	22,96	20,45	19,13	21,31	19,52	19,74	19,85	18,51	14,94	13,54

Sursa datelor: INS

Tabelul 2. Evoluția balanței comerciale pe principalele grupe de produse agroalimentare, milioane euro

<i>Grupe de produse</i>	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
I. Animale vii și produse animale	-368,6	-483,1	-472,4	-626,8	-742,4	-878,6	-1051,6	-1150,5	-1220,2	-1736,4
Animale vii	150,8	126,3	159,3	208,1	245,3	195,8	252,4	221,7	303,9	289,3
Carne și măruntaie comestibile	-261,2	-339,5	-324,2	-407,2	-479,1	-557,0	-702,7	-715,3	-737,8	-982,4
Pește și crustacee	-100,5	-118,3	-133,6	-155,3	-176,6	-186,2	-187,1	-175,8	-221,8	-273,4
Lapte și produse lactate; oua; miere naturala	-148,3	-135,2	-155,5	-245,9	-308,2	-302,7	-377,0	-441,8	-527,6	-719,2
Alte produse de origine animala	-9,5	-16,5	-18,4	-26,4	-23,7	-28,5	-37,2	-39,3	-36,9	-50,8
II. Produse vegetale	1529,4	1558,0	1037,3	1108,1	1106,6	1274,3	1360,0	429,4	2253,1	2370,8
Legume, plante, radacini și tuberculi	-106,2	-139,2	-184,4	-278,6	-270,6	-327,0	-421,5	-391,1	-423,3	-474,6
Fructe comestibile	-214,8	-246,7	-395,2	-509,7	-573,4	-573,0	-592,1	-625,5	-667,0	-730,3
Cereale	1653,8	1694,7	1462,2	1505,1	1512,9	1851,1	2187,8	1466,3	2948,1	3333,8
Produse ale industriei moraritului	-94,3	-86,4	-81,6	-78,4	-84,8	-88,3	-96,7	-93,8	-105,6	-98,7
Preparate pe baza de cereale	-165,9	-170,1	-210,6	-250,2	-280,4	-302,4	-328,9	-345,1	-393,4	-474,3
Seminte si fructe oleaginoase; plante industriale sau medicinale	547,0	603,7	546,4	826,0	899,1	781,0	685,8	494,6	996,6	942,0
Preparate din carne si peste	5,6	-4,1	-16,3	-12,5	-43,6	-42,5	-66,8	-76,8	-112,8	-135,7
Zahar si produse zaharoase	-210,1	-139,8	-195,6	-217,4	-231,2	-217,4	-262,2	-227,9	-298,9	-400,9
Preparate din legume, fructe	-130,0	-157,5	-186,1	-224,8	-230,7	-265,6	-306,7	-311,9	-334,0	-399,1
Bauturi alcoolice si nealcoolice	-124,3	-120,1	-149,4	-204,8	-226,1	-244,8	-329,8	-341,4	-477,5	-585,5
Reziduuri ale industriei alimentare	-200,1	-193,2	-196,3	-213,2	-283,3	-285,7	-296,0	-342,0	-398,3	-397,5

Sursa datelor: INS

Datele prezentate în Tabelele 1 și 2 relevă faptul că există decalaje semnificative în ceea ce privește valoarea adăugată a produselor alimentare în raport cu capacitatea de producție a produselor agricole autohtone – se observă deficitul în balanța comercială generat de exportul de materie primă, precum cerealele și importul produselor alimentare procesate ca: produsele din sectorul panificație, patiserie și cofetărie.

În acest context, în sectorul agroalimentar este necesară concentrarea sprijinului pe acele produse agroalimentare pentru care există producție de materii prime și pentru care există cerere pe piață, alături de creșterea capacităților de procesare și depozitare, fiind necesare de asemenea și măsuri care să sprijine creșterea potențialului de valorificare la prețuri competitive.

Pentru creșterea vizibilității și promovarea produselor agroalimentare autohtone pe piața românească și internațională, până la această dată, MADR a întreprins acțiuni, astfel:

a) organizarea de întâlniri între comercianți și fermieri/producători/procesatori/asociații de profil, în vederea asigurării desfacerii produselor agroalimentare în marile lanțuri de magazine și pentru a identifica toate elementele privind cererea și oferta pentru această categorie de produse;

b) susținerea și promovarea de inițiative/proiecte derulate de către marile rețele comerciale destinate stimulării desfacerii produselor românești, precum: proiectul Cooperativa Agricolă “Țara mea”, destinat susținerii micilor producători, filiera calității pentru carnea de mânzat, proiect care constă în dezvoltarea de parteneriate durabile cu micii producători locali, promovarea produselor românești și a producătorilor locali - carnea se comercializează atât în hipermarketuri, cât și mediul virtual și campania “Alege Oaia!” care s-a bucurat de un real succes, marile lanțuri de magazine venind în întâmpinarea crescătorilor autohtoni de ovine și a consumatorilor la nivel național, prin amenajarea de spații de prezentare și desfacere distincte cât și prin acțiuni proprii, specifice de promovare, prin acordarea de oferte promoționale pe perioade îndelungate. Lanțurile de magazine și-au afirmat disponibilitatea încheierii de colaborări pe termen lung având ca obiect comercializarea produselor de la specia ovine;

c) susținerea de campanii media pentru promovarea produselor românești, precum: “Trăiește natural, mănâncă tradițional” “Vrem să știi”, asigurând participarea la emisiuni de profil- “Viața la țară”, “Fermier în România”, și altele asemenea;

d) dezvoltarea în colaborare cu Agenția pentru Finanțarea Investițiilor Rurale – AFIR aplicația Catalogul Produselor Alimentare Certificate - CPAC;

e) organizarea de campanii de promovare la nivel național și internațional pentru a crește vizibilitatea și notorietatea produselor agroalimentare românești (prin organizarea și participarea la

târguri de profil la nivel național și internațional), prin organizarea de evenimente gastronomice, pentru a atrage atenția asupra calității și diversității produselor autohtone.

f) încheierea de protocoale de colaborare cu supermarket -uri, începând cu anul 2023, în scopul creării cadrului instituțional pentru cooperarea, acordarea suportului tehnic necesar organizării participanților din sectorul agroalimentar, precum și schimbul reciproc de informații, în vederea realizării de acțiuni/evenimente destinate promovării produselor agroalimentare românești, cât și pentru conștientizarea consumatorului în ceea ce privește consumul de astfel de produse;

g) inițierea și organizarea unor evenimente prilejuite de “Ziua Națională a produselor agroalimentare românești”, sărbătorită la data de 10 octombrie, începând cu anul 2017, fiind instituită prin Legea nr. 168/2017. Prin declararea acestei zile, se dorește încurajarea consumului de produse alimentare românești de către populația României, producătorii urmând să prezinte, cu prilejul acestei zile, produse autohtone de calitate. De asemenea, se dorește îmbunătățirea statutului producătorului român în lanțul alimentar scurt și încurajarea consumului de produse agroalimentare autohtone și de produse tradiționale.

h) derularea de acțiuni de identificare și promovare a produselor agroalimentare cu potențial de înregistrare pe scheme de calitate naționale și sisteme de calitate europene, alături de producători, asociații, grupuri de producători, operatori economici, autorități publice locale, reprezentanți ai grupurilor de acțiune locală, autorități publice cu responsabilități în domeniu, respectiv: APIA AFIR, ANSVSA, ANPC, AZM, reprezentanți DG AGRI.

În acest context, la nivel național, în luna noiembrie 2024 erau înregistrate în Registrul Național al Produselor Tradiționale 788 de produse, 73 de produse atestate conform unor rețete consacrate în Registrul Național al Rețetelor Consacrate și 4305 de produse atestate cu mențiunea de calitate facultativă ”produs montan”.

Pe sisteme de calitate europene, tot până la această dată, sunt înregistrate/recunoscute 14 produse românești, dintre care: 1 produs ca Denumire de Origine Protejată; 2 produse ca Specialitate Tradițională Garantată și 11 produse ca Indicație Geografică Protejată. Pentru băuturi spirtoase sunt înregistrate 9 produse cu Indicație Geografică, pentru vinuri sunt înregistrate 40 de Denumiri de Origine Protejată (DOP) și 13 cu Indicație Geografică.

Totodată, sunt în curs de evaluare/verificare, la Comisia Europeană, în vederea recunoașterii ca Indicație Geografică Protejată un număr de 6 produse.

MADR asigură asistență tehnică producătorilor sau procesatorilor la elaborarea documentației aferente proiectelor pentru promovarea produselor românești.

În acest context, se evidențiază faptul că au fost întreprinse o serie de acțiuni relevante pentru promovarea produselor agroalimentare autohtone dar, la acest moment, o cauză principală pentru lipsa valorificării în integralitate a potențialului agroalimentar românesc, rămâne slaba asociere între producători.

România are un potențial agroalimentar considerabil, dar insuficient utilizat, cu un nivel de valorificare scăzut față de media statelor membre ale UE. Competitivitatea sectorului agroalimentar este reflectată și de persistența deficitului comercial agroalimentar, mai accentuat în anul 2022, de 1.284,4 milioane euro, reprezentând 3,8% din deficitul total pe economie, dar și de structura schimburilor comerciale: exporturile sunt dominate de materii prime precum grâu, porumb, semințe de floarea soarelui, excedentare la nivelul României, iar peste jumătate din importurile României sunt produse finite cu valoare adăugată mare.

Totodată, experții Băncii Mondiale au consemnat:

- a) mărcile de produs, colective, de export au fost insuficient dezvoltate și ponderea firmelor care dețin mărci proprii înregistrate pe piețele externe a fost redusă; mărcile comerciale românești, mărcile de produs, sectoriale și mărcile de produs naționale nu au fost suficient promovate și nu au avut notorietatea necesară pentru a susține creșterea exporturilor;
- b) mărcile de produs ambasador ale României au fost puțin cunoscute peste graniță, cu excepția țărilor unde au fost prezente comunități semnificative de români;
- c) prezența pe platformele digitale a firmelor românești nu a generat suficientă expunere internațională; există o nevoie de îmbunătățire a instrumentelor de promovare pe platformele digitale ale procesatorilor;
- d) majoritatea întreprinderilor mici și mijlocii au cunoștințe limitate referitoare la promovare, informare, identificare de oportunități și interacțiuni pe platformele digitale;
- e) nu au fost prospectate suficient de mult noi piețe externe în afara UE;
- f) produsele românești destinate exporturilor pe piețele externe țină la o competitivitate limitată/insuficientă;
- g) consumatorii interni nu sunt informați suficient asupra calității produselor românești și preferă să achiziționeze produse importate;
- h) obținerea certificărilor în domeniul calității este scăzută, ceea ce determină ca acreditarea la export sau găsirea de parteneri externi să fie dificilă.

Sintetizând contextul prezentat, identificăm provocări precum:

a) Concurența internațională - produsele agroalimentare românești concurează cu produse similare din alte țări pe piețele internaționale, ceea ce necesită eforturi suplimentare pentru a câștiga în fața produselor similare.

b) Dependența de importuri - România are o dependență semnificativă de produsele agroalimentare importate, ceea ce poate afecta balanța comercială.

c) Calitatea și siguranța alimentelor - există preocupări cu privire la calitatea și siguranța produselor agroalimentare, care pot afecta încrederea consumatorilor și accesul pe piețele internaționale. Problemele legate de calitate sau siguranța produselor pot afecta imaginea acestor produse și pot încetini dezvoltarea comerțului intern și internațional.

d) Investiții insuficiente – investițiile limitate în modernizarea infrastructurii și a tehnologiilor agroalimentare poate limita creșterea valorii adăugate a produselor agroalimentare românești.

e) Reglementare și legislație – cadrul normativ pare să nu fie întotdeauna favorabil dezvoltării sectorului agroalimentar, dat fiind volumul legislativ foarte mare care trebuie aplicat pentru fiecare verigă a lanțului agroalimentar.

f) Promovare și conștientizare - este nevoie de eforturi semnificative pentru a promova produsele agroalimentare românești și pentru a crește conștientizarea consumatorilor cu privire la calitatea acestora, în detrimentul celor importate.

g) Gestionarea crizelor - odată cu creșterea riscurilor climatice și a altor amenințări la nivel global, trebuie să existe un plan de contingență bine pus la punct, pentru a face față acestor situații. Se impun o pregătire și un plan de gestionare a situațiilor de criză care pot afecta industria agroalimentară.

h) Cooperare și coordonare - necesitatea coordonării și colaborării între diferitele părți interesate poate reprezenta o provocare.

În acest context, sectorul industriei alimentare românești trebuie să își consolideze performanțele și să devină competitiv pe termen lung. Modernizarea acestuia, prin sprijinirea investițiilor în vederea re tehnologizării, este o necesitate stringentă care trebuie să fie susținută, atât din fonduri europene, cât și prin alocări de la bugetul de stat, astfel încât potențialul agricol național să fie valorificat integral și eficient.

Deopotrivă cu creșterea investițiilor în unități de procesare, **este esențială elaborarea și implementarea unor politici coerente și de promovare** care să contribuie la consolidarea orientării către piață și la creșterea competitivității produselor alimentare românești, prin încurajarea/stimularea consumatorilor în ceea ce privește consumul de produse autohtone și la diminuarea exportului de materii prime și a importului de produse cu valoare adăugată, în vederea reducerii deficitului balanței comerciale agroalimentare naționale.

Capitolul V

Obiectivele generale și specifice

Secțiunea 1

Obiectiv general: Îmbunătățirea valorificării potențialului agroalimentar al României

Fructificarea potențialului agricol al României, creșterea valorii adăugate și a valorii de piață a produselor agroalimentare, conștientizarea consumatorului referitoare la calitatea produselor autohtone care fac parte din cultura poporului român sunt elemente definitorii pentru elaborarea unor strategii și a programelor naționale, prin care să se asigure implementarea politicilor de încurajare a obținerii și promovării produselor agroalimentare românești.

Obiectivul stabilit urmărește sprijinirea producătorilor și procesatorilor din sectorul agroalimentar pentru a valorifica potențialul agricol al României, a dezvolta comunitățile rurale și a consolida poziția produselor românești pe piețele interne și internaționale.

Atingerea obiectivului presupune întreprinderea măsurilor necesare pentru a răspunde cerințelor piețelor moderne și de a valorifica la maximum potențialul terenurilor agricole românești.

Abordarea strategică vizează o promovare dual-complementară, utilizând metode clasice împletite cu noi tehnici digitale pentru promovarea produselor alimentare românești.

Secțiunea a 2-a

Obiective specifice

2.1. Obiectiv specific 1 (OS 1): Stimularea consumului de produse agroalimentare românești

2.2. Obiectiv specific 2 (OS 2): Facilitarea promovării produselor agroalimentare autohtone pe piețe externe

2.3. Obiectiv specific 3 (OS 3): Îmbunătățirea inter-relaționării între autorități – producători/ procesatori - consumatori

În vederea asigurării unei funcționalități integrate și pentru asigurarea îndeplinirii obiectivelor, așa cum au fost acestea precizate mai sus, acțiunile strategice vor integra următoarele componente:

- a) Conștientizarea consumatorilor cu privire la calitatea produselor autohtone și a patrimoniului cultural gastronomic românesc;
- b) Crearea unei imagini/percepții pozitive asupra alimentelor românești și a recunoașterii calității și particularităților naționale, atât pentru consumatorii români, cât și pentru piețele statelor membre UE și piețele țărilor terțe;
- c) Identificarea și consolidarea instrumentelor de sprijin în vederea promovării produselor alimentare autohtone, inclusiv a fondurilor provenind din bugetul național, fonduri UE;
- d) Consultarea/dialogul și antrenarea actorilor care activează în sectorul agroalimentar, respectiv producători, procesatori, comercianți, exportatori, organizații/entități comerciale în misiuni economice comerciale și evenimente de profil la nivel național, european și internațional;
- e) Identificarea de noi piețe de desfacere și extinderea categoriilor de produse românești pentru export;
- f) Susținerea producătorilor locali în adoptarea practicilor durabile de producție și în îmbunătățirea calității și diversității produselor lor.

Capitolul VI

Programe

Programele incluse în prezenta *Strategie* urmează direcțiile de acțiune și măsurile prezentate în figura și tabelul următor, au rolul de a sprijini atingerea obiectivelor și implementarea *Strategiei*, acestea fiind configurate în acțiuni concrete, prezentate în anexa nr. 2.

La stabilirea direcțiilor de acțiune, se au în vedere recomandările primite din partea experților Băncii Mondiale, referitoare la necesitatea ca MADR să fie considerat o sursă de încredere, fiind necesară elaborarea unei strategii de comunicare cu cetățenii/consumatorii, incluzând o colaborare mai activă cu ceilalți actori implicați în buna funcționare a lanțului alimentar: producători/procesatori/distribuitori/comercianți, instituții cu atribuții specifice domeniului, mediul academic, societatea civilă, prin prisma unui parteneriat de comunicare pentru promovarea produselor românești.

Se au în vedere următoarele aspecte:

- a) înțelegerea consumatorului: colectarea de date și informații cu privire la factorii care influențează alegerea consumatorilor, arhitectura alegerii, inter-relaționarea preț-calitate-proveniență, motivațiile și barierele în calea schimbării, înțelegerea de către consumatori a subiectelor emergente precum: integritatea produselor alimentare, alimente funcționale și inovative, dar și amprenta de carbon și durabilitatea;
- b) segmentarea consumatorilor și canalele de comunicare: implică cartografierea canalelor de comunicare disponibile și determinarea capacității și audienței specifice; propunem o abordare dual-complementară: componenta de promovare tradițională/clasică coroborată cu o promovare inovativă pentru consumatorul conectat digital, încercările de a ajunge la un public tânăr, devenind mai eficiente prin intermediul rețelelor sociale, decât prin canalele media tradiționale;
- c) monitorizarea comunicării: publicul trebuie să fie informat cu privire la activitățile autorității de reglementare în acest domeniu, care vor consolida încrederea în sistemul de control și încrederea consumatorilor în calitatea și autenticitatea produselor.

• DIRECTIILE DE ACTIUNE

OS 2 Facilitarea pomovarilor produselor agroalimentare autohtone pe piețe externe

• **DIRECȚII DE
ACȚIUNE**

OS 3 Imbunătățirea inter-relațiilor între autorități – producători/procesatori - consumatori

• **DIRECȚII DE
ACȚIUNE**

MODALITĂȚI DE REALIZARE A OBIECTIVELOR	Impact asupra		
	OS1	OS2	OS3
Efectuarea de analize de specialitate în vederea identificării preferințelor/cererii consumatorilor privind produsele agroalimentare românești;	X	X	X
Oferirea de informații producătorilor români în ceea ce privește identificarea și promovarea de produse care au caracteristici calitative specifice;	X		X
Derularea de acțiuni de identificare și promovare a produselor agroalimentare cu potențial de înregistrare/recunoaștere/certificare pe scheme de calitate naționale și sisteme de calitate europene: a) colectarea de informații referitoare la potențialele produse agricole și alimentare care pot dobândi protecția pe DOP, IGP, STG și înregistrarea pe scheme de calitate naționale; b) promovarea avantajelor dobândirii recunoașterii/certificării/înregistrării produselor agroalimentare pe sisteme de calitate europene și scheme de calitate naționale; c) identificarea grupurilor de producători/procesatori în vederea acordării de suport tehnic în ceea ce privește întocmirea documentațiilor; d) identificarea specificațiilor tehnice ale produselor agroalimentare, în funcție de zona geografică în care se obțin, specificitatea procesului de producție, notorietatea produsului în zona respectivă, în vederea îmbunătățirii cadrului legislativ specific;	X		X
Participarea/organizarea de întâlniri de lucru cu actorii implicați în demersurile legale pentru dobândirea recunoașterii/certificării la nivel UE, pentru acordarea de suport tehnic - analizarea și finalizarea documentației pentru dobândirea protecției denumirii produselor agroalimentare pe sisteme de calitate europene DOP, IGP, STG și scheme de calitate naționale;	X	X	X
Organizarea de ateliere/dezbateri, cu scopul de a fi asigurată o abordare unitară privind cadrul legislativ specific prin care se implementează sistemele de calitate europene și schemele de calitate naționale;	X	X	X
Furnizarea de informații și asistență producătorilor pentru a accesa finanțări și resurse disponibile pentru procesul de înregistrare/certificare pe sisteme de calitate europene și atestare produse alimentare pe scheme de calitate naționale;	X	X	X
Dezvoltarea unei promovări puternice și a unei imagini de marcă pentru produsele recunoscute/certificate pe sistemele de calitate europene și înregistrate pe schemele de calitate naționale;	X	X	X
Organizarea și/sau participarea la campanii diferențiate/specifice de conștientizare și educare - materiale destinate, atât consumatorilor, cât și profesioniștilor din industria alimentară;	X	X	X

Încheierea de protocoale cu autorități responsabile în scopul educării/conștientizării consumatorilor cu privire la importanța și beneficiile consumului de produse agroalimentare românești înregistrate pe scheme de calitate naționale și recunoscute/certificate pe sisteme de calitate europene precum și de produse autohtone, în general;	X		X
Organizarea și/sau participarea la conferințe, târguri, expoziții, seminare, mese rotunde (la nivel național, european, internațional), în scopul diseminării și promovării politicilor aplicate în domeniul agroalimentar;	X	X	X
Propunerea/încheierea, cu instituțiile omoloage din statele membre UE, precum și din țări terțe, de memorandumuri, parteneriate/acorduri/protocoale, având ca scop promovarea schimburilor comerciale cu produse agroalimentare, în vederea promovării produselor agroalimentare românești;	X	X	X
Evenimente specifice de promovare a produse agroalimentare românești - participarea și/sau diseminarea de informații specifice: a) la evenimente/manifestări culturale, turistice, cu specific gastronomic tradițional; b) la evenimentele destinate degustării și prezentării de produse agroalimentare; c) cu ocazia acțiunilor cu caracter solemn și festiv, precum: 1 decembrie, 9 mai – Ziua Europei, 16 octombrie - Ziua internațională a alimentației, 23 septembrie - Ziua europeană a produselor ecologice, 10 octombrie – Ziua națională a produselor agroalimentare românești și prima duminică a lunii octombrie – Ziua națională a gastronomiei și a vinului românesc; d) la activitățile organizate de ambasadele României, în țări membre ale Uniunii Europene sau terțe.	X	X	X
Identificarea piețelor de export potențiale: realizarea de analize/studii de piață pentru identificarea piețelor de export pentru produsele agroalimentare românești;		X	X
Informarea consumatorilor cu privire la organizarea de: a) festivaluri ale recoltelor, seri de degustare a produselor înregistrate pe scheme de calitate naționale și recunoscute/certificate pe sisteme de calitate europene, concursuri și alte activități culturale și gastronomice; b) tururi gastronomice și de degustări care oferă consumatorilor oportunitatea de a descoperi și de a degusta produsele într-un mediu autentic; c) cursuri de inițiere în degustarea produselor înregistrate pe scheme de calitate naționale și recunoscute/certificate pe sisteme de calitate europene, precum și degustări ale acestora; d) circuite turistice specializate, excursii recreative în mijlocul fabricilor/unităților de producție, tururi ghidate prin acestea și participarea la degustări de produse, prezentarea fabricii/unității de producție, instalațiilor, echipamentelor, a modului de producție care să ofere vizitatorilor experiențe complete legate de producția de produse înregistrate pe scheme de calitate naționale și recunoscute/certificate pe sisteme de calitate europene.	X		X

Activități de consultanță și asistență: instituțiile abilitate asigură consultanță și asistență pentru producători/procesatori în ceea ce privește procesul de export, precum: sesiuni de formare și instruire despre procedurile de export, cerințele de conformitate, modele de bune practici, și alte asemenea;		X	X
Încurajarea asocierii micilor producători/procesatori - prezentarea avantajelor, promovarea exemplelor de bune practici;			X
Acțiuni de comunicare/colaborare între organizațiile profesionale și autorități - întâlniri și consultări pentru elaborarea unor proceduri de lucru simplificate, eficiente și prietenoase cu mediul de afaceri și consumatorii, astfel încât răspunsul la nevoile consumatorilor și la solicitările mediului de afaceri să fie prompte, pertinente, clare, transparente;			X
Monitorizarea evoluției importurilor de produse agroalimentare și evaluarea impactului acestora asupra producătorilor/procesatorilor naționali;		X	X
Analiza politicilor publice adoptate de alte state pentru susținerea producerii și/sau promovării produselor naționale;		X	X
Măsuri și colaborări interinstituționale, în vederea unei trasabilități adecvate a produselor agroalimentare importate;	X		X
Colectarea de date statistice relevante specifice sectorului, pe categorii și tipuri de produse;			X
Realizarea unui Registru de piață, în care vor fi introduse informații despre operatorii economici din domeniul agroalimentar și despre produsele pe care aceștia le produc/procesează – acest instrument vine în întâmpinarea consumatorului, în alegerea de produse alimentare românești, permițându-le să găsească, în timp real, produse alimentare atestate pe scheme de calitate naționale și recunoscute/certificate/ pe sisteme de calitate europene, precum și datele de identificare ale producătorilor;	X		X

Capitolul VII

Rezultate așteptate

Obiectivul general al *Strategiei* este acela de a valorifica potențialul agricol al României, vizând consolidarea poziției produselor românești pe piețele interne și internaționale. În mod implicit, este sprijinită și dezvoltarea comunităților rurale.

Beneficiarii *Strategiei* sunt producătorii/procesatorii de produse agroalimentare românești, dar și consumatorii. Totodată, MADR va fi generator de sprijin, instituție care creează și difuzează fluxuri de informare și cunoaștere pentru dezvoltarea și fructificarea potențialului agroalimentar.

Implementarea *Strategiei* va avea drept răspuns:

a) Creșterea competitivității sectorului agroalimentar: produsele agroalimentare românești cu protecția DOP, IGP și STG, produsele înregistrate pe scheme de calitate naționale sau produsele care au adoptat sisteme internaționale de certificare voluntară care vor deveni mai competitive pe piața internă și internațională, datorită recunoașterii și valorificării caracteristicilor lor distinctive și autentice.

b) Oportunități economice sporite pentru producătorii/procesatorii români, dezvoltarea piețelor: promovarea și recunoașterea produselor de calitate vor spori exporturile, contribuind astfel la echilibrarea balanței comerciale.

c) Protejarea tradițiilor și identității locale: produsele cu protecția DOP, IGP și STG vor contribui la protejarea și conservarea tradițiilor, culturii și identității locale, precum și a metodelor tradiționale de producție.

d) Stimularea investițiilor: obținerea protecției și înregistrarea pe scheme de calitate naționale vor stimula investițiile în infrastructura de producție și procesare, ducând la îmbunătățirea calității și standardelor de producție.

e) Crearea de locuri de muncă: dezvoltarea sectorului agroalimentar va genera noi locuri de muncă în zonele rurale și va contribui la reducerea migrației populației către orașe.

f) Creșterea valorii adăugate: produsele cu protecția DOP, IGP și STG, produsele atestate pe schemele de calitate naționale adaugă o valoare mai mare materiilor prime, crescând astfel veniturile producătorilor și procesatorilor din industria agroalimentară.

g) Promovarea durabilității: protejarea și promovarea produselor tradiționale pot stimula practicile agricole și de producție durabile, contribuind la conservarea resurselor naturale și a biodiversității.

h) Dezvoltarea turismului: produsele de calitate/tradiționale pot atrage turiști și vizitatori, sprijinind astfel industria turismului.

i) Colaborare eficientă între autorități – producători/procesatori – consumatori: autoritățile vor contribui la diminuarea poverii administrative, comunicarea va fi îmbunătățită, consumatorii vor fi mai instruiți, responsabili, activi și implicați în timp ce operatorii economici vor fi deveni mai competitivi.

Prin intermediul reuniunilor la nivel de structuri intra-instituționale și inter-instituționale, se va realiza o listă de produse agroalimentare românești cu potențial pentru obținerea recunoașterii/certificării ca DOP, IGP, STG și înregistrarea pe scheme de calitate naționale. Aceasta va oferi o bază solidă pentru dezvoltarea ulterioară a acestor produse, respectiv dezvoltarea din punct de vedere economic a unităților din sectorul industrie alimentară.

Organizațiile profesionale și grupurile de producători/procesatori vor beneficia de informații și sprijin în ceea ce privește procesul de recunoaștere/certificare și înregistrare, inclusiv avantajele dobândirii protecției europene și naționale. Acest lucru va stimula interesul producătorilor și îi va ajuta să înainteze în proces.

Prin identificarea specificațiilor tehnice ale produselor agroalimentare în funcție de zona geografică, procesul de producție și notorietatea locală, se va crea un cadru mai detaliat pentru definirea și recunoașterea acestor produse. Aceasta va spori precizia și autenticitatea produselor protejate.

Participarea organizațiilor profesionale și a producătorilor la reuniuni și instruirii va duce la o mai mare conștientizare cu privire la beneficiile protecției DOP, IGP, STG și înregistrarea pe schemele de calitate naționale. Acest lucru va încuraja mai mulți producători să se implice în proces.

Identificarea și promovarea produselor cu potențial de protecție și înregistrare vor încuraja producția de produse agroalimentare de înaltă calitate, ceea ce va avea un impact pozitiv asupra sectorului agroalimentar românesc în ansamblu.

Participarea la târguri, expoziții și evenimente internaționale va contribui la creșterea expunerii produselor agroalimentare românești pe piețele externe, atrăgând astfel atenția unor noi parteneri comerciali și a consumatorilor din alte țări.

Evenimentele culturale și turistice vor oferi o platformă pentru promovarea produselor agroalimentare într-un context cultural și tradițional, contribuind la consolidarea imaginii acestora și la asocierea lor cu patrimoniul cultural românesc.

Prezența la evenimente cu specific tradițional și degustarea produselor vor stimula dezvoltarea turismului agroalimentar, atrăgând turiști și vizitatori interesați de experiențe culinare autentice.

Încheierea de memorandumuri, parteneriate și acorduri cu instituții și organizații din alte state membre UE sau din țări terțe va contribui la dezvoltarea relațiilor comerciale internaționale și la promovarea exporturilor de produse agroalimentare românești.

Participarea la evenimente diplomatice organizate de misiunile diplomatice, ambasade, consulate, atașați economici/agricoli, ale României va oferi o oportunitate de promovare a produselor agroalimentare în fața unui public internațional și a oficialităților străine.

Produsele recunoscute/certificate/atestate vor deveni mai competitive pe piață, atât pe plan intern, cât și internațional, contribuind la creșterea competitivității sectorului agroalimentar românesc. Aceste rezultate așteptate sunt menite să contribuie la atingerea obiectivelor de dezvoltare durabilă, prin promovarea unui sector agroalimentar inteligent din punct de vedere climatic și sustenabil din punct de vedere al mediului, asigurarea alimentelor sigure și hrănitoare, precum și susținerea unui sector agroalimentar inovator și competitiv. La nivel național, implementarea *Strategiei* contribuie și la atingerea obiectivelor stabilite de Strategia Națională pentru Dezvoltare Durabilă 2030.

Secțiunea 1

Alinierea cu Obiectivele de Dezvoltare Durabilă

Obiectivele de Dezvoltare Durabilă (ODD)	Contribuțiile Strategiei
ODD2: Eliminarea foametei, asigurarea securității alimentare și a unei nutriții îmbunătățite și promovarea agriculturii durabile	a) eficientizarea valorificării producției agricole locale; b) susținerea consumului de produse agroalimentare românești calitative, nutritive; c) creșterea numărului de produse cu valoare adăugată mare; d) creșterea ponderii agriculturii ecologice în totalul producției agricole; e) promovarea ocupațiilor și a metodelor tradiționale de valorificare ale materiilor prime.
ODD8: Promovarea unei creșteri economice susținute, favorabile incluziunii și durabile, a ocupării depline și productive a forței de muncă și a muncii decente pentru toți.	a) promovarea produselor locale și tradiționale va stimula agricultura locală și va susține economiile rurale; b) dezvoltarea agroturismului, a ecoturismului, a turismului rural și cultural îmbunătățirea imaginii României ca destinație turistică;

	c) promovarea unor politici publice orientate spre dezvoltare care să sprijine activitățile productive, crearea de locuri de muncă, dezvoltarea spiritului antreprenorial și a întreprinderilor mici și mijlocii.
ODD13: Luarea de măsuri urgente pentru combaterea schimbărilor climatice și a efectelor acestora.	a) îmbunătățirea educației, a sensibilizării și a capacității umane și instituționale, în ceea ce privește atenuarea schimbărilor climatice și adaptarea la acestea; b) promovarea consumului de produse alimentare provenite din lanțul scurt, precum și a măsurilor de diminuare a risipei de alimente.
ODD15: Protejarea, refacerea și promovarea utilizării durabile a ecosistemelor terestre, gestionarea durabilă a pădurilor, combaterea deșertificării, oprirea și repararea degradării terenurilor și stoparea pierderii biodiversității.	a) susținerea tranziției către o economie circulară, utilizând abordări complementare care implică metode tradiționale și tehnologii de ultimă generație pentru reducerea dependenței de îngrășăminte și pesticide de sinteză;
ODD16: Promovarea unor societăți pașnice și favorabile incluziunii pentru dezvoltarea durabilă și instituții responsabile și favorabile incluziunii la toate nivelurile.	a) extinderea serviciilor on-line, digitalizate, ale instituțiilor administrației publice centrale și locale în relație, atât cu operatorii economici din sectorul agroalimentar, cât și în ceea ce privește relația instituții - consumatori.

Capitolul VIII

Indicatorii

Indicatorii prin intermediul cărora vor fi monitorizate și evaluate acțiunile prevăzute în prezenta *Strategie* se regăsesc în Planul de acțiuni, prevăzut în anexa, împreună cu țintele, perioadele de implementare și instituțiile responsabile.

Valorile indicatorilor oferă informații despre progresul realizat în atingerea obiectivelor specificate și despre impactul intervențiilor asupra grupurilor țintă sau asupra problemelor abordate.

Pentru a măsura progresul și succesul implementării *Strategiei*, vor fi utilizate următoarele categorii de indicatori:

- a) acțiuni de identificare produse agroalimentare cu potențial de înregistrare/ recunoaștere/ certificare pe scheme de calitate naționale și sisteme de calitate europene;
- b) produse agroalimentare identificate ca având potențial de înregistrare/recunoaștere/certificare pe scheme de calitate naționale și pe sisteme de calitate europene;

- c) acțiuni de intervievare/chestionare consumatori;
- d) întâlniri/instruiri cu producători/operatori români, în ceea ce privește cadrul legislativ specific;
- e) acțiuni/campanii de conștientizare/informare/educare consumatori;
- f) evenimente specifice de promovare produse agroalimentare românești;
- g) parteneriate între autorități responsabile-asociații/federații/operatori economici;
- h) parteneriate/memorandumuri/acorduri/protocoale între autoritățile omoloage din statele membre UE și țări terțe;
- i) întâlniri/instruiri cu producători/operatori români;
- j) întâlniri între instituții/autorități;
- k) mijloace/instrumente de comunicare utilizate;
- l) rapoarte de analiză/de monitorizare/evaluare.

Capitolul IX

Procedurile de monitorizare și evaluare

Pentru a asigura succesul *Strategiei naționale de promovare a produselor agroalimentare românești 2025 - 2029*, este necesară stabilirea unui sistem de monitorizare și evaluare, care să permită urmărirea progresului și să poată fi măsurat impactul acțiunilor întreprinse. Acest sistem va trebui să fie robust și să includă mai multe etape, de la colectarea și analiza datelor, până la comunicarea rezultatelor.

Pe baza datelor colectate, evaluarea *Strategiei* va fi realizată în două etape: o primă etapă intermediară (la mijlocul perioadei de implementare) și una la finalizarea perioadei de implementare a *Strategiei*. Evaluarea va viza gradul de atingere a indicatorilor *Strategiei*, numărul, valoarea și rezultatele acțiunilor/măsurilor, precum și gradul de corelare între țintele diferitelor strategii.

Implementarea *Strategiei*, mecanismul de monitorizare și evaluare vor fi realizate prin înființarea *Comitetului interinstituțional responsabil cu monitorizarea și evaluarea Strategiei Naționale de promovare a produselor agroalimentare românești 2025 – 2029* și va fi dezvoltat prin decizii specifice și adoptarea ulterioară de instrumente de lucru.

Prioritățile de monitorizare și evaluare vizează:

- a) atingerea indicatorilor stabiliți prin prezenta *Strategie*;
- b) încadrarea în termenele asumate de prezenta *Strategie*;

- c) raportarea periodică, analiza și dezbateră rezultatelor raportărilor, astfel încât instituțiile responsabile să primească răspuns rapid și coerent referitor la bunele practici pe care le implementează, la barierele pe care trebuie să le depășească și la oportunitățile pe care trebuie să le valorifice;
- d) asigurarea transparenței implementării față de toate părțile interesate;
- e) identificarea precoce a riscurilor ce pot periclita buna implementare a prezentei *Strategii* și adoptarea unor abordări pentru gestionarea optimă a acestora;
- f) identificarea soluțiilor și instrumentelor de lucru pentru rezolvarea problemelor apărute pe parcursul implementării;
- g) identificarea precoce a necesităților de schimbare și adoptarea proceselor de management al schimbării, inclusiv, prin revizuirea *Strategiei*.

Urmărind prioritățile de mai sus, Comitetul interinstituțional responsabil cu monitorizarea și evaluarea Strategiei Naționale de promovare a produselor agroalimentare românești 2025 – 2029 va organiza activitatea de raportare a rezultatelor.

Colectarea și analiza datelor va fi realizată prin metode diverse, incluzând sondaje de opinie, studii de piață și analiza datelor de vânzări și export. Aceste date vor fi colectate de MADR și instituții, precum INS și ARICE, iar frecvența colectării va varia în funcție de tipul datelor, sondajele ar putea fi efectuate trimestrial, în timp ce rapoartele de export ar putea fi analizate semestrial și anual.

Planificarea resurselor: *Strategia* va fi implementată în corelare cu planificarea și execuția bugetară anuală, luând în considerare cadrul multianual de planificare bugetară și strategică, care acoperă cinci ani. *Strategia* va servi ca bază pentru fundamentarea bugetului pentru anul următor și, la rândul său, va fi actualizat pe baza performanței din ultimul an în ceea ce privește cheltuirea resurselor alocate.

Evaluarea progresului și impactului - evaluarea va implica compararea datelor colectate cu indicatorii de performanță stabiliți inițial. Acest proces va fi coordonat de *Comitetul interinstituțional responsabil cu monitorizarea și evaluarea Strategiei Naționale de promovare a produselor agroalimentare românești 2025 – 2029*.

Aceasta va permite identificarea rapidă a oricăror probleme și ajustarea strategiei, dacă este necesar.

Raportare și revizuire: Rapoartele de monitorizare vor fi elaborate semestrial și anual, (după caz), pentru a documenta progresul și impactul *Strategiei*.

Acestea vor fi realizate de către *Comitetul interinstituțional responsabil cu monitorizarea și evaluarea Strategiei naționale de promovare a produselor agroalimentare românești 2025 – 2029*.

Comunicarea rezultatelor : este esențială comunicarea rezultatelor monitorizării și evaluării într-un mod transparent și accesibil. Acest lucru va fi realizat prin publicarea rapoartelor pentru a analiza progresul și impactul *Strategiei*. Comunicarea eficientă asigură faptul că toate părțile interesate sunt informate și pot contribui la procesul de îmbunătățire continuă.

Raportare și îmbunătățire continuă: un aspect cheie al procesului de monitorizare și evaluare este colectarea și utilizarea răspunsului pentru îmbunătățirea continuă. Acest lucru va implica sondaje de la părțile interesate și parteneri, precum și implementarea acțiunilor corective bazate pe aceste răspunsuri.

Prin monitorizarea planului de acțiuni, se urmărește ca *Strategia națională de promovare a produselor agroalimentare românești 2025 – 2029* să răspundă scopului pentru care a fost elaborată și sunt îndeplinite obiectivele într-un mod eficient și responsabil.

Capitolul X

Instituții responsabile, implicații bugetare și sursele de finanțare

Pentru a asigura implementarea cu succes a prezentei *Strategii* și pentru îndeplinirea corespunzătoare a obiectivelor acesteia, MADR va avea următoarele responsabilități instituționale:

1. coordonarea implementării *Strategiei naționale de promovare a produselor agroalimentare românești 2025 - 2029*;
 - a) asigurarea coerenței în elaborarea și implementarea politicilor publice specifice domeniului agroalimentar;
 - b) dezvoltarea de parteneriate pentru proiecte specifice - implicarea adecvată în derulare de acțiuni comune;
 - c) elaborarea/participarea la întocmirea de analize de specialitate în vederea identificării preferințelor/cererii consumatorilor privind produsele agroalimentare românești;
 - d) organizarea și/sau participarea la acțiuni de promovare, mediatizare, naționale sau internaționale;

2. dezvoltarea intervențiilor destinate să faciliteze interacțiunea eficientă și transparentă între autorități și:

- a) operatori economici din domeniul agroalimentar (producători/procesatori/depozitari/comercianți) – consumatori, pentru a identifica și dezvolta soluții inovatoare și eficiente, oferindu-le acestora oportunități reale de implicare în procesele decizionale;
- b) coordonarea monitorizării și evaluării progresului în atingerea obiectivelor stabilite și adaptarea politicilor și măsurilor în funcție de răspunsurile și rezultatele obținute.

Implementarea cu succes a *Strategiei* depinde de implicarea partenerilor, astfel:

Partener	Rol - modalitate de implicare
Autoritățile publice: Secretariatul General al Guvernului - Agenția Română pentru Investiții și Comerț Exterior, Ministerul Sănătății, Autoritatea Națională Sanitară Veterinară și pentru Siguranța Alimentelor, Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor, Ministerul Economiei, Digitalizării, Antreprenoriatului și Turismului, Ministerul Educației și Cercetării, Ministerul Investițiilor și Proiectelor Europene, Ministerul Afacerilor Externe, autorități publice locale	a) asigurarea coerenței în elaborarea și implementarea politicilor publice specifice domeniului agroalimentar; b) dezvoltarea de parteneriate pentru proiecte specifice - implicarea adecvată în derulare de acțiuni comune; c) elaborarea/participarea la întocmirea de analize de specialitate în vederea identificării preferințelor/cererii consumatorilor privind produsele agroalimentare românești; d) organizarea și/sau participarea la acțiuni de promovare, mediatizare, naționale sau internaționale; e) participarea la monitorizarea, evaluarea și raportarea progresului <i>Strategiei</i> .
Entități reprezentative ale sectorului agroalimentar (organizații, asociații, clustere) și operatori economici din domeniul agroalimentar	a) participarea la acțiunile de promovare, mediatizare organizate de autoritățile publice centrale sau locale; b) implicarea în cadrul consultărilor, dezbaterilor publice și a altor forme de implicare în procesele decizionale privind produsele agroalimentare, în mod special privind promovarea acestora; c) colaborarea cu autoritățile publice și societatea civilă în cadrul parteneriatelor/acordurilor de colaborare pentru implementarea de proiecte specifice - implicarea adecvată în derulare de acțiuni comune; d) participare la monitorizarea și evaluarea progresului <i>Strategiei</i> ;
Consumatori și organizații ale consumatorilor	Atitudine proactivă prin: a) participarea la acțiunile de informare, promovare, educare cu privire la importanța și beneficiile consumului de produse agroalimentare românești

	înregistrate/recunoscute/certificate pe scheme de calitate naționale/sisteme de calitate europene, precum și de produse autohtone, în general; b) implicarea în activitățile (sondaje de opinie) necesare elaborării de analize de specialitate, în vederea identificării preferințelor/cererii consumatorilor privind produsele agroalimentare românești; c) semnalarea deficiențelor/aspectelor negative referitoare la calitatea, siguranța, autenticitatea produselor alimentare; d) participarea la acțiunile de informare și educare derulate de autorități publice/mediul academic/societatea civilă; e) participare la monitorizarea și evaluarea progresului <i>Strategiei</i>.
Mediul academic – universități, institute de cercetare de profil	a) elaborarea/participarea la întocmirea de analize de specialitate în vederea identificării preferințelor/cererii consumatorilor privind produsele agroalimentare românești; b) dezvoltarea de parteneriate pentru proiecte specifice - implicarea adecvată în derulare de acțiuni comune; c) organizarea și/sau participarea la acțiunile de promovare, mediatizare, educare organizate de autoritățile publice centrale sau locale; d) participarea la monitorizarea și evaluarea progresului <i>Strategiei</i>;
Societatea civilă	a) elaborarea/participarea la întocmirea de analize de specialitate în vederea identificării preferințelor/cererii consumatorilor privind produsele agroalimentare românești; b) dezvoltarea de parteneriate pentru proiecte specifice - implicarea adecvată în derulare de acțiuni comune de promovare; c) organizarea și/sau participarea la acțiuni de informare și educare a consumatorilor; d) reprezentarea intereselor consumatorilor în procesul de elaborare a politicilor publice/actelor normative specifice sectorului agroalimentar e) participare la monitorizarea și evaluarea progresului <i>Strategiei</i>;
Mass-media	a) informarea și educarea consumatorilor; b) mediatizarea proiectelor/acțiunilor/evenimentelor inițiate de autoritățile publice/operatorii economici/mediul academic/societatea civilă privind promovarea produselor agroalimentare românești.

O implicare adecvată a tuturor părților interesate necesită elaborarea unui plan cuprinzător, o bună și constantă comunicare și colaborare.

Sursele de finanțare trebuie să fie diversificate și sustenabile, implementarea *Strategiei* fiind finanțată prin diferite instrumente financiare naționale și europene, atât din bugetul de stat, cât și din fonduri europene.

În spectrul instrumentelor financiare naționale sunt:

1. **Agencia Română pentru Investiții și Comerț Exterior** - instituție care elaborează și îndeplinește politica națională și strategiile în domeniul promovării relațiilor comercial economice internaționale ale României cu țările partenere prin derularea următoarelor activități:

a) reprezentarea și promovarea intereselor de politică agricolă și comercială cu produse agroalimentare ale României la nivel european și internațional;

b) organizarea/participarea, cu stand sub pavilion național, la târguri și expoziții de profil, organizate în statele membre ale UE și în țările terțe;

c) organizarea de evenimente de promovare a produselor agroalimentare românești în țările de interes pentru România; constituirea portofoliului de referință, după o analiză de specialitate a balanței comerciale;

d) identificarea oportunităților privind oferta la export a României, precum și diversificarea schimburilor cu produse agroalimentare;

e) realizarea schimbului de informații în ceea ce privește potențialul la export în domeniul agriculturii și industriei alimentare.

2. Schema de ajutor de stat IMM PLUS reglementată prin Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 18/2024 privind aprobarea schemei de ajutor de stat IMM PLUS, cu modificările ulterioare, care include și componenta INNOVATION PLUS, prin care sunt finanțate cheltuielile ocazionate de participarea la târguri internaționale de profil, în vederea promovării produselor companiilor românești pe piețele internaționale, constând în activități care să conducă la stimularea exporturilor românești în străinătate, stimularea comerțului on-line și a digitalizării, re tehnologizarea companiilor locale, brevete de inovare aferente produselor, strategiilor, mediului, digitalizării și care activează în industria exportatoare nepoluantă.

3. Resursele alocate conform prevederilor actelor normative în vigoare:

a) Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 92/2011, cu modificările ulterioare;

b) Legea nr. 168/2017;

c) Legea nr. 79/2019, cu modificările și completările ulterioare;

În spectrul instrumentelor financiare europene, se regăsesc:

1. Planul Național Strategic 2023 – 2027 – intervenția IS-A-02 - Promovare, comunicare și marketing, inclusiv acțiuni de monitorizare a pieței și activități care vizează în special sensibilizarea consumatorilor în privința calității produselor apicole.

2. Programul de promovare ”Enjoy, It’s From Europe”, program desfășurat în cadrul Politicii UE de promovare a produselor agricole, scopul acestui program fiind de a sprijini producătorii din sectorul agroalimentar, atât în ceea ce privește pătrunderea pe piețele internaționale, consolidarea poziției pe aceste piețe, cât și de a crește competitivitatea sectorului agricol din UE.

În ceea ce privește acest program, MADR va realiza anual sesiuni de informare asupra: sumelor disponibile pentru campaniile selectate în cadrul programului de promovare; co-finanțării pentru proiectele selectate depuse de operatori privați; apelurilor de propuneri pentru viitoarele campanii de promovare; eligibilității operatorilor economici pentru „programele simple” și „multi-stat”.

3. Colaborarea permanentă cu misiunile diplomatice ale României, inclusiv cu atașați economici/agricoli, în ceea ce privește organizarea de misiuni economice comerciale (târguri/expoziții de profil) în statele în care produsele agroalimentare românești au potențial la export, în scopul facilitării exporturilor și generării de noi oportunități de colaborare.

4. Misiuni economice comerciale la nivel înalt, dedicate promovării produselor agroalimentare europene, conduse de comisarul pentru agricultură din cadrul Comisiei Europene, în cadrul cărora producătorii selectați pentru a face parte din delegațiile oficiale participă la activități business-to-business și efectuează vizite la operatorii economici locali, misiuni din cadrul cărora fac parte reprezentanții sectorului agroalimentar, cât și reprezentanți ai MADR.

Capitolul XI

Implicațiile asupra cadrului juridic

Adoptarea *Strategiei Naționale de promovare a produselor agroalimentare românești 2025 - 2029* contribuie la realizarea unor Obiective asumate prin Programul de Guvernare 2025 - 2030.

Înființarea *Comitetului interinstituțional responsabil cu monitorizarea și evaluarea Strategiei Naționale de promovare a produselor agroalimentare românești 2025 – 2029*.

Reglementarea unui program de promovare în concordanță cu obiectivele *Strategiei*.

Obiectivul general al prezentei *Strategii* este în conformitate cu strategiile existente la nivel european și are ca scop obținerea de către România de beneficii maxime de pe urma producțiilor sale agricole, a calității produselor agroalimentare și a tradițiilor sale culinare și, prin promovarea acestora, contribuind, astfel, la asigurarea unei mai bune prosperități și la obținerea unor rezultate economice pozitive în folosul securității alimentare și a sănătății populației.

Având în vedere noile tendințe și schimbări ale cadrului legislativ, atât la nivel european, cât și la nivel național, sunt necesare analiza actelor normative în vigoare care reglementează sectorul agroalimentar și identificarea zonelor care necesită modificări sau completări.

Adaptarea legislației la cerințele Regulamentului de punere în aplicare (UE) 2015/1831 al Comisiei din 7 octombrie 2015 de stabilire a normelor de aplicare a Regulamentului (UE) nr. 1144/2014 al Parlamentului European și al Consiliului privind acțiunile de informare și promovare referitoare la produsele agricole puse în aplicare pe piața internă și în țările terțe:

deși regulamentul european stabilește că promovarea nu trebuie să se axeze pe originea specifică a produselor, există un spațiu pentru a menționa originea într-un mod care să completeze mesajul principal al UE. Legislația națională ar putea fi adaptată pentru a încuraja și a facilita utilizarea acestui spațiu în cadrul campaniilor de promovare, respectând condițiile impuse de regulament.

Revizuirea și actualizarea legislației în conformitate cu obiectivele Strategiei: legislația existentă ar trebui revizuită și actualizată, pentru a asigura că toate actele normative relevante sunt în concordanță cu obiectivele *Strategiei naționale de promovare a produselor agroalimentare românești 2025 - 2029*. Acest lucru ar putea include modificări ale legislației primare și secundare, pentru a îmbunătăți eficiența și eficacitatea măsurilor de promovare.

Evaluarea și alinierea cu legislația europeană: este esențial să se asigure că toate modificările legislative propuse sunt în deplină conformitate cu legislația europeană și cu principiile pieței unice, inclusiv libera circulație a produselor agricole și alimentare.

Analiza cadrului juridic național pentru comerțul electronic: este necesară analiza cadrului legislativ aplicabil comerțului electronic cu produse agricole și alimentare și efectuarea de evaluări, inclusiv de impact, cu privire la comerțul electronic. În funcție de aceste acțiuni, vor fi realizate modificări și completări la nivel legislativ și/sau procedural la nivelul instituțiilor implicate.

BIBLIOGRAFIE

1. Banca Mondială și MADR, Studiu privind livrarea de servicii publice pentru trasabilitatea în sectorul agroalimentar, 2023;
2. European Food and Nutrition Action Plan 2015–2020 - WORLD HEALTH ORGANIZATION - Regional Office website (<http://www.euro.who.int/pubrequest>), accesat 01.11.2023;
3. OMS, Better food and nutrition in Europe: a progress report monitoring policy implementation in the WHO European Region, 2018;
4. Raport GFSI 2021, <https://nonews.co/wp-content/uploads/2022/03/GFSI2021.pdf>, accesat 01.11.2023;
5. Raport GFSI 2022, <https://impact.economist.com/sustainability/project/food-security-index/explore-countries/romania>, accesat 01.11.2023;
6. Raportul privind planului strategic PAC 2021, https://apia.org.ro/wp-content/uploads/2023/01/Plan-National-Strategic-PAC-2023-2027_v1.2.pdf, accesat pe data de 22.10.2023;
7. Strategii pentru echilibrarea balanței comerciale a României prin stimularea și susținerea producției naționale. Studiu de caz: PENNY (REWE);
Studiu privind balanta comerciala cu produse agroalimentare a României în perioada 2015 - 2020, https://opac.biblioteca.ase.ro/opac/bibliographic_view/236626, București, 25.05.2023
8. <https://www.madr.ro/docs/poca/2024/Studiul-I-analiza-diagnostic-sector-agroalimentar-RO.pdf>
9. British Retail Consortium Global Food Safety; Safe Quality Food ; Foundation Food Safety System Certification 22000; International Featured Standards Product Fraud (GFSI 2021).

ACRONIME

Acronim	Denumire
AFIR	Agenția pentru Finanțarea Investițiilor Rurale
AM PNDR	Autoritate de Management Programul de Dezvoltare Rurală
ANPC	Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor
ANSVSA	Autoritatea Națională Sanitară Veterinară și pentru Siguranța Alimentelor
ANZM	Agenția Națională a Zonei Montane
APIA	Agenția de Plăți și Intervenție pentru Agricultură
ARICE	Agenția Română pentru Investiții și Comerț Exterior
CE	Comisia Europeană
DAJ	Direcția pentru Agricultură Județeană
DG AERI	Direcția Generală Afaceri Europene și Relații Internaționale
DG BFFE	Direcția Generală Buget Finanțe și Fonduri Europene
DOP	Denumirii de origine protejată
DDD/SGG	Departamentul pentru Dezvoltare Durabilă din cadrul Secretariatului General al Guvernului
FAO	Organizația pentru Alimentație și Agricultură (Food and Agriculture Organization)
FGLP	Federația Grupurilor Locale pentru Pescuit
FLAG	Grup de Acțiune Locală pentru Pescuit
FNGAL	Federația Națională a Grupurilor de Acțiune Locală
FZP	Federația Zonelor Pescărești
GAL	Grup de Acțiune Locală
IGP	Indicație geografică protejată
INS	Institutul Național de Statistică
INDAGRA	Eveniment/târg agricol din România
LEADER	Inițiativă a Uniunii Europene de sprijinire a proiectelor de dezvoltare rurală inițiate la nivel local, în vederea revitalizării zonelor rurale și creării de locuri de muncă
MADR	Ministerul Agriculturii și Dezvoltării Rurale
MAE	Ministerul Afacerilor Externe
MEC	Ministerul Educației și Cercetării
MEDAT	Ministerul Economiei, Digitalizării, Antreprenoriatului și Turismului
MIPE	Ministerul Investițiilor și Proiectelor Europene
MS	Ministerul Sănătății
OIC	Organism de inspecție și certificare
OMS	Organizația Mondială a Sănătății
PNS	Planul Național Strategic
PPE	Programul de Promovare a Exportului
SPRP	Serviciul de Presă și Relații Publice
STG	Specialitate tradițională garantată
UE	Uniunea Europeană

Anexa nr. 2**Planul de acțiuni pentru implementarea Strategiei naționale de promovare a produselor agroalimentare românești 2025 – 2029**

Denumire	Acțiuni specifice	Perioadă de implementare	Instituții responsabile	Indicatori de monitorizare
OS 1 Stimularea consumului de produse agroalimentare românești	1.1. Efectuarea de analize de specialitate în vederea identificării: a) preferințelor/cererii consumatorilor privind produsele agroalimentare românești: - întocmirea bateriilor de chestionare; - colectarea datelor; - prelucrarea și interpretarea datelor; - diseminarea rezultatelor; b) potențialelor oportunități de valorificare a produselor românești, precum: pensiuni agroturistice, puncte gastronomice locale, platforme digitale de promovare, și alte asemenea.	Anul 1 (Trim. III - IV) - 5	- DAJ/ANZM - federații/asociații de profil - INS - mediul academic/institute de cercetare - MADR - ARICE	Număr de chestionare elaborate Număr de participanți la interviuri/chestionare completate Număr de interviuri/chestionare validate Număr de analize efectuate și diseminate

	1.2. Diseminarea, către consumatori și/sau producători/procesatori de informații referitoare la: - târguri de profil, expoziții, caravane de promovare a produselor românești, și altele asemenea; - festivaluri ale recoltelor, seri de degustare a produselor înregistrate/recunoscute/certificate pe scheme/sisteme de calitate, concursuri și alte activități culturale și gastronomice; - tururi gastronomice și de degustări care oferă consumatorilor oportunitatea de a descoperi și de a degusta produsele într-un mediu autentic; - cursuri de inițiere în degustarea produselor înregistrate/recunoscute/certificate pe scheme/sisteme de calitate; -circuite turistice specializate, excursii recreative la unități de producție/procesare, tururi ghidate prin acestea și participarea la degustări de produse, prezentarea unității de producție/procesare, instalațiilor, echipamentelor, a modului de producție care să ofere vizitatorilor experiențe complete legate de producția de produse înregistrate /recunoscute/certificate pe scheme/sisteme de calitate; - conferințe/dezbateri cu tematică specifică; - analize, studii de specialitate privind preferințele și comportamentul consumatorilor, strategii de promovare și comunicare, date și informații despre produse și tehnologii inovatoare/de nișă.	Lunar Anul 1 (Trim. III - IV) - 5	- MADR/DAJ/ANZM - federații/asociații de profil - alte instituții cu atribuții în domeniu (MEDAT, ARICE, ANPC, ANSVSA)	Număr de diseminări Număr de materiale parcurse/prelucrate în vederea extragerii datelor/ informațiilor Număr de evenimente destinate promovării produselor agroalimentare românești
--	--	---	---	---

	1.3 Organizarea și/sau participarea la întâlniri de lucru/instruiri/informări, în vederea: - cunoașterii, de către operatorii economici, a legislației specifice DOP/DOC, IGP, STG, înregistrării pe scheme naționale, atât sub aspectul obligațiilor, cât și al beneficiilor și măsurilor de sprijin aferente; - colectării de informații referitoare la potențialele produse agroalimentare care pot dobândi protecția pe DOP/DOC, IGP, STG, înregistrare pe scheme naționale; - sprijinirii operatorilor economici în demersul de certificare/recunoaștere/înregistrare.	Trimestrial Anul 1 (Trim. III - IV) - 5	- MADR/DAJ/ANZM - Asociații și grupuri de producători - FNGAL, FZP, FGLP - FLAG-uri	Număr de întâlniri organizate Număr de participanți Număr de informații colectate Număr de documentații analizate Număr de operatori economici sprijiniți/instruiți
	1.4. Acțiuni de identificare a produselor agroalimentare cu potențial de înregistrare pe scheme de calitate naționale și de recunoaștere/certificare pe sisteme de calitate europene - identificarea specificațiilor tehnice ale produselor agroalimentare în funcție de zona geografică, procesul de producție și notorietatea locală;	Anul 1 (Trim. III - IV) Anul 2 – 5 (Trim. I - IV)	- MADR/DAJ/ANZM - Asociații și grupuri de producători - FNGAL-uri	Număr de acțiuni organizate Număr de produse agroalimentare identificate Număr de participanți Număr de specificații tehnice identificate
	1.5 Acțiuni/campanii de conștientizare/informare/educare a consumatorilor asupra calității produselor agroalimentare românești	Trimestrial/semestrial Anul 1 (Trim. III - IV) - 5	- MADR/DAJ/ANZM - federații/asociații de profil - MEC - ANSVSA - ANPC	Număr de acțiuni/campanii Număr de participanți

	1.6 Organizarea și/sau participarea la: - evenimente destinate promovării de produse agroalimentare românești: târguri, expoziții, conferințe, seminare, mese rotunde, manifestări culturale sau turistice, și altele asemenea, organizate la nivel național sau local; - acțiuni cu caracter solemn și festiv. 1.7 Dezvoltarea conceptului de Punct Gastronomic Local ca vector al tradițiilor culinare naționale și concept unic la nivel regional	Anul 1 (Trim. III - IV) Anul 2 – 5 (Trim. I - IV)	- DAJ/ANZM - federații/asociații de profil - institute cercetare - FNGAL, FZP, FGLP - FLAG-uri - MEDAT - administrația publică locală - ANSVSA - MADR - AZM	Număr de evenimente organizate Număr de participări la evenimente Număr de participanți Număr de Puncte Gastronomice Locale înregistrate sanitar veterinar și pentru siguranța alimentelor
OS.2. Facilitarea promovării produselor agroalimentare autohtone pe piețe externe	2.1. Efectuarea de analize (prospectarea, cunoașterea piețelor de specialitate, în vederea valorificării produselor agroalimentare românești pe piețe externe.	Anul 1 (Trim. III - IV) Anul 2 – 5 (Trim. II - IV)	- MADR - MEDAT - ARICE - INS - mediul academic/institute de cercetare - federații/asociații de profil	Număr de materiale analizate/elaborate Categorii de produse analizate Număr de țări evaluate Număr de analize efectuate
	2.2. Diseminarea de informații referitoare la evenimente internaționale de profil precum: târguri, expoziții, conferințe, și altele asemenea.	Lunar	- MADR - MEDAT - ARICE	Număr de diseminări Număr de materiale parcurse/prelucrate în vederea extragerii datelor/ informațiilor
	2.3. Organizarea și/sau participarea la: - evenimente destinate promovării de produse agroalimentare românești: târguri, expoziții, conferințe, seminare, mese rotunde, manifestări culturale sau turistice, și altele asemenea, organizate la nivel european/internațional, în scopul diseminării și	Anul 1 (Trim. III - IV) Anul 2 – 5 (Trim. I - IV)	- MADR - MEDAT - ARICE - federații/asociații de profil - administrația publică locală	Număr de evenimente organizate Număr de participări la eveniment Număr de participanți Număr de produse prezentate

	promovării politicilor aplicate în domeniul agriculturii și dezvoltării rurale; - prezentare/degustare de produse în cadrul unor acțiuni cu caracter solemn și festiv, cu participare internațională - prezentare/degustare de produse în cadrul unor evenimente diplomatice, organizate de ambasadele României în țări membre UE sau terțe.		- ARICE	
	2.4. Propunerea/încheierea, cu instituții omoloage din statele membre UE precum și din țări terțe, de memorandumuri, parteneriate/acorduri/protocoale, având ca scop promovarea schimburilor comerciale cu produse agroalimentare.	Anul 1 (Trim. III - IV) Anul 2 – 5 (Trim. I - IV)	- MADR - MEDAT - ARICE - ANSVSA	Număr de memorandumuri, parteneriate/acorduri / protocoale inițiate Număr de memorandumuri, parteneriate/acorduri / protocoale încheiate/ certificări sanitar veterinar și pentru siguranța alimentelor recunoscute între state
	2.5. Organizarea și/sau participarea la întâlniri de lucru/instruiri și altele asemenea în vederea: - cunoașterii, de către operatorii economici, a avantajelor/competitivității produselor DOP/DOC, IGP, STG, produse ecologice recunoscute/certificate pe sisteme de calitate europene și înregistrate pe scheme de calitate naționale, pe piețele internaționale; - colectării de informații referitoare la potențialele produse agroalimentare care pot fi promovate în afara granițelor României;	Anul 1 (Trim. III - IV) Anul 2 – 5 (Trim. I - IV)	- MADR/DAJ/ANZM - MEDAT - ARICE - Asociații și grupuri de producători - FNGAL	Număr de întâlniri organizate Număr de participanți Număr de informații colectate Numărul de documentații analizate /elaborate

	- sprijinirii operatorilor economici în demersul de certificare/recunoaștere/înregistrare/întocmire documentație de promovare pe terțe piețe; - Ministerul Investițiilor și Proiectelor Europene va identifica instrumente și mecanisme specifice din fonduri europene pentru susținerea producătorilor de produse agroalimentare și de promovare a produselor agroalimentare autohtone, în strictă corelare cu prioritățile strategice ale Politicii de Coeziune, precum și a acțiunilor identificate în programe;		- MIPE	
OS.3. Îmbunătățirea inter- relaționării între autorități – producători/ procesatori/ consumatori	3.1. Acțiuni de comunicare/colaborare între autorități și organizații profesionale/operatori economici - întâlniri și consultări la elaborarea cadrului normativ specific/procedurilor de lucru astfel încât răspunsul la nevoile și la solicitările mediului de afaceri și ale consumatorilor să fie prompte, pertinente, clare, transparente.	Anul 1 (Trim. III - IV) Anul 2 – 5 (Trim. I - IV)	- MADR/DAJ/AFIR/ APIA/ ANZM - MS - MEDAT - ANSVSA - ANPC - INS - Autorități publice locale	Număr de acțiuni inițiate Număr de întâlniri organizate Număr de participări Număr de participanți
	3.2 Întâlniri cu producători/operatori din sectorul agroalimentar, în vederea încurajării asocierii micilor producători/ procesatori - prezentarea avantajelor, promovarea exemplelor de bune practici.	Anul 1 (Trim. III - IV) Anul 2 – 5 (Trim. I - IV)	- MADR/DAJ/ANZM	Număr de întâlniri organizate Număr de participanți Număr de operatori înscriși în forme asociative

	3.3 Măsurii și colaborări interinstituționale (memorandum-uri/acorduri/parteneriate/proto coale) în vederea: a) sprijinirii organizării de acțiuni/campanii de conștientizare/informare/educare a consumatorilor asupra calității produselor agroalimentare românești b) organizării și/sau participării la evenimente destinate promovării de produse agroalimentare românești c) facilitării accesului la date/informații referitoare la: consumul de produse românești, evoluția importurilor/ exporturilor de produse agroalimentare și evaluarea impactului asupra producătorilor/procesatorilor naționali, date statistice relevante necesare elaborării politicilor publice, trasabilitatea produselor agroalimentare importate;	Anul 1 (Trim. III - IV) Anul 2 – 5 (Trim. I - IV)	- MADR/DAJ/AFIR/ APIA/ANZM - MEC - MS - MEDAT - ANSVSA - ANPC - INS - FNGAL, FZP, FGLP - FLAG-uri - Autorități publice locale - Asociații și grupuri de producători de profil - Cooperative agricole	Număr de colaborări inițiate Număr de materiale primite/transmise Număr de evaluări efectuate
	3.4. Realizarea unui <i>Registru de piață</i>, cuprinzând informații despre operatorii economici și produsele rezultate – instrument care vine în întâmpinarea consumatorului, facilitând alegerea de produse alimentare românești.	Anul 1 (Trim. III - IV) Anul 2 – 5 (Trim. I - IV)	- MADR/AFIR	<i>Registru de piață</i> operațional Număr de operatori economici înregistrați Număr de produse înregistrate