

NR.21/24.10.2024

**Domnului CHIRIȚOIU Ct. Bogdan – Marius**  
**Președinte, Consiliul Concurenței**

**Consiliul Concurenței**

P-ta Presei Libere nr. 1, corp D1, et. 7, 762B-dul Carol I, nr. 2-4, sector 3,  
București, România

**Re: Propuneri, strategii și măsuri, studii și argumente împotriva acestei tranzacții de achiziție, de preluarea Profi Rom Food S.R.L. de către Delhaize „The Lion” Nederland B.V. (Mega Image),**

- *solicitarea Consiliului Concurenței prin RG- 6460/16.05.2024 de a sprijini prin furnizarea de date și informații, privind analiza și transmiterea observațiilor cu privire la impactul operațiunii de concentrare economică în urma căreia Delhaize „The Lion” Nederland B.V., prezent pe piața românească prin intermediul Mega Image S.R.L., intenționează să preia Profi Rom Food S.R.L.;*
- *apelul public al Consiliului Concurenței din 0.10.2024 cu privire la al doilea set de angajamente structurale propuse de Delhaize „The Lion” Nederland BV (Mega Image) pentru a înlătura îngrijorări concurențiale identificate pe piața comercializării cu amănuntul de produse de consum preponderent alimentară, în contextul concentrării economice rezultate prin preluarea Profi Rom Food SRL”(Profi).*

*Stimate Doamnă Președinte,*

Suntem onorați să ne adresăm dumneavoastră și salutăm faptul că există acordul dialogului privind contextul problematicilor economice și pe piața comercializării cu amănuntul de bunuri de consum curent, preponderent alimentară, existente la nivel național și internațional, din Sectorul Agroalimentar din România.

Considerăm că acest dialog este esențial pentru a identifica și implementa soluții viabile care să sprijine producătorii și procesatorii locali și să asigure competitivitatea produselor agroalimentare românești pe piețele interne și externe.

**Subsemnata Organizația Interprofesională Națională „ PRODCOM Legume-Fructe“ din România** (OIPA ProdCom Legume Fructe), funcționează în baza O.U.G. nr. 103/2008 privind înființarea organizațiilor interprofesionale pentru produsele agroalimentare, completată cu prevederile Ordonanței Guvernului nr. 26/2000, cu privire la asociații și fundații, este **persoană juridică română de drept privat, de interes public, cu caracter profesional** iar prin reprezentanții activităților economice din cadrul filierei pe produs agroalimentar, este garantul asigurării și reglementării unui mediu concurențial normal, asigurându-se transparența și funcționarea adecvată a pieței și este reprezentanta sectorului fructe și legume la nivel național.

**VLAD Gheorghe**, în calitate de președinte al OIPA ProdCom Legume Fructe, reprezintă interesele producătorilor individuali, ale structurilor asociative și ale cooperativelor din domeniul legumelor și fructelor din România. În această funcție, el a adus în atenția publicului și autorităților preocupările legate de dificultățile cu care se confruntă sectorul horticol național.

OIPA ProdCom Legume Fructe are ca **scop principal reprezentarea Sectorului Horticultură la nivel național și internațional**, a intereselor membrilor săi, precum și protejarea acestor interese în condițiile unei economii concurențiale, în conformitate cu prevederile legislației în vigoare, respectiv *art. 135 din Constituție „economia României este o economie de piață, iar statul trebuie*

*să asigure libertatea comerțului, protecția concurenței loiale...*”, prioritar în strategia de dezvoltare durabilă a agriculturii României.

OIPA ProdCom Legume Fructe are rolul economic, social și de mediu al domeniului agricultură la nivel național.

OIPA ProdCom Legume Fructe afirmă ca prin participarea horticulturii la creșterea economică numai prin politici naționale, cu obiective clare și cuantificabile socio-agro-economic cuprinse în Strategia de dezvoltare durabilă a agriculturii, cât și ca răspuns la misiunea din programul de guvernare, în scopul producerii unor produse la prețuri accesibile pentru consumatori.

Tranzacția de achiziție pentru preluarea Profi Rom Food S.R.L. de către Delhaize „The Lion” Nederland B.V. (Mega Image), este nedreaptă, asupritoare și destabilizatoare pentru economia României având în vedere implicarea majoră a Sectorului legume-fructe și procesare în declinul și/sau deficitul balanței comerciale a României din punct de vedere pentru produsul agroalimentar autohton, atât pentru.

Având în vedere că Sectorul legume-fructe și industria de procesare din România, la producția destinată consumului în stare proaspătă și cea destinată industriei de procesare este deficitar sub aspectul competitivității, respectiv insuficiența asigurării cantităților necesarului de consum intern al populației (importăm circa 60.000 tone anual un fel de pastă de tomate și usturoi din CHINA, anual între ianuarie – iulie/2023-2024 roșii din TURCIA de 100.000.000 EURO, etc. ), toate datorate faptului că suprafețele cultivate cu legume a scăzut continuu (în anul 1990- 250.000ha, 2024-50.000ha).

Situația descrisă implică o analiză profundă a pieței de retail de bunuri de consum curent, în special alimentare, în contextul unei operațiuni de concentrare economică prin preluarea Profi Rom Food SRL de către Delhaize „The Lion” Nederland BV (Mega Image). Acest tip de tranzacție poate ridica îngrijorări concurențiale, în special în ceea ce privește impactul consumatorilor, concurenței și jucătorilor mici din piață.

#### **Elementele-cheie care trebuie luate în considerare:**

1. **Concentrarea economică** : Preluarea Profi de către Delhaize va uni două lanțuri mari de retail, ceea ce ar putea duce la o consolidare semnificativă a puterii de piață. Acest lucru poate ridica probleme de concurență, cum ar fi limitarea opțiunilor pentru consumatori, creșterea prețurilor și crearea unor bariere mai mari pentru alți competitori de a intra sau de a rămâne pe piață.
2. **Angajamentele propuse de Delhaize** : Consiliul Concurenței a solicitat un al doilea set de angajamente, ceea ce indică îngrijorări persistente cu privire la concentrarea economică. Acestea angajați măsuri prin care Delhaize sunt căutați să remedieze problemele de concurență identificate (de exemplu, prin vânzarea unor active, garantarea menținerii unui anumit număr de magazine independente, etc.).
3. **Practicile comerciale neloiale** : Odată cu intrarea în vigoare a Directivei europene și transpunerea sa în România prin Legea 81/2022, este important să se ia în considerare impactul tranzacției asupra relațiilor din cadrul lanțului de aprovizionare. Practicile comerciale neloiale, cum ar fi impunerea unor condiții restrictive furnizorilor mici, pot fi amplificate printr-o concentrare excesivă a pieței.

Organizația Interprofesională Națională „PRODCOM Legume-Fructe” din România vă aduce la cunoștință următoarele:

**I. PROPUNERI** privind tranzacția de achiziție, pentru preluarea Profi Rom Food S.R.L. de către Delhaize „The Lion” Nederland B.V. (Mega Image):

**1. Evaluarea** impactul negativ al acestei tranzacții de preluarea Profi Rom Food S.R.L. de către Delhaize „The Lion” Nederland B.V. asupra micilor producători și asupra întregului ecosistem agricol, se pot realiza diverse studii detaliate.

**2. Blocarea tranzacției până la o dată ce va fi prestabilită după analiză și evaluarea concurenței, având în vedere concentrare excesivă a puterii pe piață,**

**2.1. Analiza și Evaluarea Concurenței:**

- **Autoritățile de reglementare** (de exemplu, Ministerul Agriculturii și Dezvoltării Rurale, Consiliul Concurenței din România, etc. ) pot efectua o **analiză detaliată** a impactului tranzacției asupra pieței. Aceasta poate include evaluarea cotelor de piață, a structurii pieței și a posibilelor efecte asupra consumatorilor.
- **Identificarea riscurilor de monopol:** Dacă preluarea duce la o concentrare excesivă a puterii pe piață, autoritățile pot impune măsuri de remediere sau pot bloca tranzacția.

**2.2. Impactul negativ potențial asupra micilor producători și economiilor locale:**

În contextul pieței de retail din România, ținând cont de faptul că **entitatea nouă parte a concentrării economice operează un număr mare de magazine** (2600 de unități), este parte a unei structuri de piață cu un număr și mai mic de firme dominante, care duce la reducerea și/sau un număr limitat de jucători (între 2 și 10 firme controlează o mare parte din piață), interdependența firmelor în deciziile lor, produse similare (de exemplu, branduri de produse alimentare) sau diferențiate (produse de marcă proprie). Cu toate acestea va fi inevitabil concentrarea pieței și puterea de negociere, impactul asupra prețurilor, riscurile pentru lanțul de aprovizionare, efectele sociale și economice, pierderea diversității produselor.

***Concluzie:** Deși Mega Image are o rețea extinsă, oligopolul se definește printr-o dominare a pieței de către câțiva jucători. Dacă Mega Image, împreună cu altele (de exemplu, Carrefour, Lidl, etc.) controlează o proporție semnificativă din totalul vânzărilor, aceasta ar putea sugera o structură de oligopol. Mega Image, cu cele 2600 de magazine, ar putea fi considerat un jucător important în cadrul unei structuri de oligopol, dar este esențial să se analizeze și prezența altor retaileri mari și cotele de piață asociate. În concluzie, dacă Mega Image, împreună cu alții, controlează o mare parte din piață și există o interdependență semnificativă între aceștia, atunci da, se poate considera că Mega Image operează într-un oligopol.*

**3. Preluarea de către OIPA ProdCom Legume-Fructe**, sub garanție de bună execuție a celor 100 de magazine (*localitățile unde sunt atât magazine Mega Image, cât și Profi – n.r.*), conform propunerii către Consiliul Concurenței „*pe care ne-a făcut-o Mega Image este de a vinde o parte din magazinele pe care le va achiziționa .....*”. Crearea unei rețele naționale de magazine comerciale 100% românești este un proiect ambițios care poate contribui la promovarea produselor autohtone, la sprijinirea economiei locale și la consolidarea unui brand național puternic.

**4. Contract Comercial Cadru** girat de către Guvernul României prin Ministerul Agriculturii și Dezvoltării Rurale, având în vedere contextul global și perturbările piețelor.

**5. Plata produselor pentru în regim de urgență 24 ore**, pentru produsele recepționate din sectorul legume- fructe în stare proaspătă și cele procesate .

***Context :** Risipa alimentară zilnică de legume și fructe proaspete din rețeaua marilor retaileri, împreună cu impactul războiului din Ucraina, care a dus la invadarea pieței interne cu produse agroalimentare la prețuri de dumping, și tensiunile din Fâșia Gaza, agravate de starea exporturilor din Turcia către Israel, pun presiune pe piața românească. Se preconizează că România va absorbi aproximativ 90% din fluxul suplimentar de produse agroalimentare provenite din piețele afectate, ca urmare a războiului din Ucraina și a tensiunilor din Fâșia Gaza. România riscă să devină o piață de desfacere pentru un volum mare de produse agroalimentare generând presiune asupra prețurilor și a producătorilor locali. Cu o afluență mare de produse la prețuri mai mici, fermierii români se vor confrunta cu o competiție neloială.*

**6. Prorogarea termenului între minim 36 de luni și maxim 60 de luni** pentru încheiere a tranzacției de achiziție, de preluarea Profi Rom Food S.R.L. de către Delhaize „The Lion” Nederland B.V. (Mega Image), având în vedere procedura legală privind durata derulării programelor de

investiții din fonduri UE de către furnizorii : producătorii, procesatorii, depozitarii și transportatorii de legume-fructe în stare proaspătă și procesate(3 ani implementare și 2 ani monotorizare).

Sectorul românesc de fructe și legume reprezenta în anul 2014, 24% din valoarea totală a producției vegetale. Cu toate că oferta de produse este diversificată, valoarea adăugată a produselor este mică, antrenează instabilitate și diferențieri ale veniturilor producătorilor. România se confruntă cu importuri crescute de legume și fructe, al căror principal efect s-a resimțit la nivelul prețului și implicit la nivelul veniturilor producătorilor. Lipsa concentrării ofertei, în special a organizațiilor de producători, nu a permis practicarea măsurii de retragere a producției și distribuirea gratuită a acesteia.

Aceste propuneri sunt precizări ca urmare a unor studii care ar putea oferi o bază solidă de dovezi pentru a **argumenta împotriva tranzacției, demonstrând impactul potențial negativ asupra micilor producători și asupra întregului ecosistem agricol**. De asemenea, ele ar putea ajuta autoritățile de reglementare și alte părți interesate să ia decizii informate în privința aprobării sau blocării tranzacției.

## II. STRATEGII ȘI MĂSURI la ineficiențele în distribuția și comerțul cu alimente,

### 1. Strategii:

1.1. Plată în avans de 10% la semnarea tranzacției, cotă din valoarea garanției de bună execuție din valoarea stabilită celor 100 de magazine(localitățile unde sunt atât magazine Mega Image, cât și Profi – n.r.), conform propunerii.

### 2. Măsuri :

2.1. Stabilirea de reguli clare pentru listarea și delistarea furnizorilor celor două rețele.

**Context: Combaterea principalelor cauze structurale ale insecurității alimentare** pentru îmbunătățirea infrastructurii de transport și a lanțurilor de aprovizionare cu alimente, reducerea risipei alimentare și promovarea comerțului echitabil între țări și comunități. Atenuarea insecurității alimentare și reformarea politicilor agricole, crearea unor cadre legislative care să susțină micii fermieri și integrarea măsurilor de securitate alimentară în strategiile de dezvoltare națională.

**III. Aspecte legislative și argumente obiective împotriva tranzacției dintre Delhaize „The Lion” Nederland B.V. (Mega Image) și Profi Rom Food S.R.L.,** evidențiind impactul potențial negativ asupra micilor producători :

### 1. Concentrarea Pieței și Puterea de Negociere:

1.1. **Creșterea puterii de negociere a retailerului:** Odată cu preluarea, Mega Image ar putea obține o pondere semnificativă pe piață, ceea ce îi va permite să impună condiții mai stricte micilor producători în ceea ce privește prețurile și termenele de livrare. Acest lucru ar putea duce la scăderea marjelor de profit pentru fermieri și la reducerea veniturilor lor.

1.2. **Eliminarea concurenței:** Micii producători ar putea fi forțați să-și reducă prețurile pentru a rămâne competitivi, ceea ce ar putea duce la falimente și la o diminuare a diversității produselor disponibile pe piață.

2. Preluarea duce la o concentrare excesivă a puterii pe piață, **autoritățile pot impune măsuri de remediere sau pot bloca tranzacția.**

3. **Concentrarea economică pe piața comercializării** cu amănuntul de bunuri de consum curent, prin magazine nespecializate, respectiv prin Mega Image S.R.L. să se preia Profi Rom Food S.R.L..

4. Aplicarea legislației antitrust poate ajuta la prevenirea unor **fuziuni și achiziții care ar putea restrânge concurența.**

5. Creează o situație anticoncurențială, **autoritățile pot solicita anularea sau modificarea acordului de achiziție.**

6. **Impactul asupra Prețurilor :**

6.1. **Creșterea prețurilor pentru consumatori:** Concentrarea pe piață poate duce la majorarea prețurilor, ceea ce afectează nu doar micii producători, ci și consumatorii finali. Odată ce un retailer mare preia o mare parte din piață, acesta poate controla prețurile, ceea ce poate duce la o povară mai mare asupra consumatorilor și, indirect, asupra micilor fermieri.

6.2. **Reducerea accesibilității produselor locale:** Micii producători ar putea avea dificultăți în a concura cu prețurile scăzute oferite de marii retaileri care beneficiază de economii de scară, ceea ce ar putea duce la o pierdere a diversității produselor alimentare locale și la o mai mică disponibilitate a acestora pe piață.

**Context:** Impactul acestei concentrări pe piața locală este un real pericol pentru economiile agricole locale va construi un lider pe piața românească de magazine de proximitate (sunt între 45 și 59 de regiuni posibil afectate).

**Ex.:** „ *Reprezintă cea mai mare tranzacție pe segmentul de produse alimentare din Europa continentală care implică un fond de private equity. De asemenea, tranzacția era cea mai mare de până la acel moment pe segmentul alimentar din Europa Centrală și de Est* “.

„*Împreună, cele două rețele - Mega Image și Profi - vor avea 2.600 de magazine și o cifră de afaceri de 4 mld. euro, adică 35% din tot segmentul de supermarketuri și 20% din întregul retail modern. Cu o cotă de piață de peste o treime din afacerile supermarketurilor și de peste 60% din numărul total al unităților, se pune întrebarea dacă gigantul care ar lua naștere din Mega Image și Profi ar avea o putere prea mare în negocierea cu furnizorii locali, astfel încât să beneficieze de prețuri mici la aprovizionare și de puterea de a seta prețurile pentru consumatorii care nu au alte variante la îndemână.* “

#### IV. Argumente și exemplificări detaliate pentru sectorul procesare legume-fructe:

Ca urmare a postării propunerilor de angajamente comportamentale, constând în procedura de listare și delistare a furnizorilor asumate în cadrul Mega Image/ Profi/ entități rezultate ca parte a procedurii de notificare a concentrării economice realizate prin dobândirea controlului unic și publicate pe site-ul Consiliului Concurenței, vă supunem analizei, următoarele situații care reflecta poziția **companiilor producătoare și procesatoare legume-fructe** autohtone.

În vederea asigurării pe termen lung a unui comportament concurențial corect, societățile producătoare de conserve își asuma implementarea unor programe interne în conformitate cu prevederile legislației din domeniul concurenței, pe de o parte, în rândul principalilor **furnizori de legume și fructe proaspete**, pe de alta parte, în rândul clienților, respectiv în rândul angajaților acestora.

Având cunoștință de Procedura de listare/delistare furnizori, Cap. Monitorizarea și raportarea , paragraful 2, pag. 20 „ *Dacă vor fi necesare explicații suplimentare, Consiliul Concurenței va putea transmite solicitări de informații către Mega Image/Profi/entitate rezultată. O a doua raportare completa, care sa reflecte toate cazurile de delistare intervenite pe întreaga perioada de valabilitate a prezentei proceduri, se va realiza la împlinirea termenului de 24 luni.* ”

Dintr-o analiză obiectivă rezultă că circa 90% dintre fermele agricole cu care lucrează procesatorii de legume și fructe , în prezent, nu și-ar putea asigura continuitatea activității în cazul rezilierii contractelor pe care le avem cu aceștia, motiv pentru care vă rugăm să dispuneți, în principal, **modificarea termenului de la între minim 36 de luni și maxim 60 de luni** pentru protecție suplimentară și în subsidiar, să fim încurajați în diversificarea activităților comerciale. Propunerea noastră are în vedere garantarea continuării relațiilor comerciale benefice dintre producători, procesatori și retaileri. De asemenea, apreciem că forțele pieței nu ar trebui îngrădite prin reglementări de natură să limiteze, într-un mod sau altul, libertatea relațiilor comerciale dintre părți. Acest principiu este valabil indiferent de mărimea agenților economici implicați, întrucât menirea regulilor de concurență este de a proteja concurența și nu anumiți actori din piață, în detrimentul altora.

Un alt argument, pentru care solicităm modificarea termenului in sensul **prorogării acestuia de la între minim 36 de luni și maxim 60 de luni**, reprezintă termenul de valabilitate al conservelor.

Majoritatea conservelor din legume și fructe au termen de valabilitate 36 de luni, termen ce este validat și garantat, Ținând cont ca s-a produs o cantitate mare de conserve având la baza contractele încheiate cu Profi, iar în situația în care termenul din procedura s-ar menține la 24 de luni, ne-am afla în dificultate deoarece acestea ar ajunge la limita termenului de valabilitate acceptat.

Un element important de protecție pentru fermieri și producători, reprezenta **majorarea acestui termen între minim 36 de luni și maxim 60 de luni** pentru a se evita abandonul terenurilor agricole și a se asigura securitatea alimentară pe termen lung. În lipsa unei continuități în relația dintre fermier și procesator, fermierul nu va mai putea beneficia de material semincer, contractat în avans, așa cum este efectuată în prezent această operațiune.

În considerarea celor expuse mai sus, în formularea actuală, Procedura de listare/delistare furnizori conține norme și termene cu impact anticoncurențial, neîndeplinind condițiile necesare astfel încât să fie respectată legislația în domeniul concurenței. Astfel, în vederea promovării intereselor beneficiarilor, considerăm că aceasta trebuie supusă atenției autorității de concurență, trebuie reanalizate termenele, în sensul modificării acestora, astfel încât să nu fie afectată dezvoltarea pieței de transport (leasing financiar auto), dezvoltarea producătorilor de legume și fructe și a procesatorilor acestora (credite capital de lucru, cofinanțare investiții prin programe UE de minim 5 ani durată derulare) care funcționează ca un mecanism, iar dacă o piesă a acestui lanț se slăbește, consecința este blocarea funcționalității mecanismului.

Vă rugăm ca, în cadrul analizelor pe care le faceți, să evaluați și modul în care noi, furnizorii autohtoni, am contribuit, în ultimii ani, la atingerea unor obiective stabilite prin acte normative interne, privind aprovizionarea publicului consumator, cu produse de pe lanțul scurt, valorificând aceste produse ale noastre, inclusiv prin intermediul rețelelor comerciale precum Profi.

În final, dorim să subliniem că, în cazul deținerii unei poziții dominante pe o anumită piață, aplicarea unui tratament discriminatoriu față de achiziționarea anumitor condiții poate constitui o formă de abuz de poziție dominantă, sancționată conform art. 6 alin. (1) din Legea concurenței.

**Consiliul Concurenței** este autoritatea responsabilă cu aplicarea regulilor de concurență, având ca principal obiectiv protejat consumatorilor de practicile care pot distorsiona funcționarea pieței libere. Activitatea Consiliului se desfășoară pe două componente principale: prevenție, prin monitorizarea și supravegherea piețelor, și corecție, prin sancționarea abaterilor unei comportamente de concurență.

Se pare că o parte din aceste dificultăți sunt cauzate de practicile marilor lanțuri de magazine, care, conform celor menționate de către OIPA ProdCom Legume Fructe, nu respectă în mod adecvat legislația națională și europeană privind comerțul și concurența, practicile comerciale neloiale, bine cunoscute creează în continuare o presiune financiară semnificativă asupra producătorilor.

**Reciprocitatea în Concurență:** OIPA ProdCom Legume Fructe a făcut apel la o mai bună aplicare a legislației privind concurența, subliniind necesitatea unor măsuri care să asigure condiții egale pentru toți actorii de pe piață, inclusiv pentru producătorii locali.

În concluzie, OIPA ProdCom Legume Fructe joacă un rol esențial în dezvoltarea sectorului agroalimentar din România, influențând pozitiv economia, societatea și mediul.

Dacă ne raportăm la datele financiare aferente lui 2022, ultimele disponibile pentru toți jucătorii din piață, reiese că grupul olandezo-belgian Ahold Delhaize devine **lider de piață în România, în locul Lidl**, ajungând la afaceri nete consolidate în valoare de **aproximativ 20,4 miliarde de lei**, față de 18,5 miliarde de lei cât a raportat lanțul de discount al Lidl&Schwarz. Profi opera peste 1.650 de magazine proprii și Partener în peste 800 localități urbane și rurale (piețe), în timp ce Mega Image, brandul Ahold Delhaize, opera 969 de magazine.

**Impactul concentrării economice pe piața locală** este un aspect critic care poate avea consecințe semnificative asupra economiilor agricole locale. Această concentrare poate **duce la**

**formarea unui lider dominant pe piața românească** de magazine de proximitate, ceea ce poate afecta între 45 și 59 de regiuni din țară.

Am menționat toate aceste aspecte concrete și expres definite în legislația națională pentru a o respecta și a ne conforma acesteia pentru o mai bună gestionare a posibilelor riscuri, ce **ar putea destabiliza suveranitatea și siguranța alimentară la nivel național**. Reflectând la următoarele aspecte privind impactul asupra consumatorului, de a nu lăsa concentrare economică pe piața comercializării cu amănuntul de bunuri de consum curent, preponderent alimentare, impactul asupra furnizorilor locali autohtoni, către o singură companie Delhaize "The Lion" Nederland BV este o companie a grupul olandezo-belgian Ahold Delhaize, prezent pe piața românească prin intermediul Mega Image S.R.L.

**Economia rurală românească**, dominată de agricultură în mare parte, este încă slab integrată în economia de piață. În contextul actual al economiei de piață, de modul înțelegerii și aplicării tehnicilor de marketing depinde bunăstarea cetățenilor din zona rurală și urbană, precum și bunăstarea producătorilor agricoli. Analizând evoluția acestora într-un interval de timp suficient de lung pentru așezarea și consolidarea structurilor agrare ale României, luând act de progresele prea lente, ale ansamblului sistemului agroalimentar național, discrepanțele și non convergențele încă prea mari între agricultura românească și cea din țările UE, de existența una sau extinse zone de sărăcie rurală severă, precum și de precaritatea securității alimentare a populației României. Motiv pentru care **propunem garantarea securității și siguranței alimentare**, prin asigurarea integrală a necesarului intern de produse alimentare de calitate îmbunătățită și a unui excedent, față de consumul alimentar intern, disponibil pentru export.

Avem studii elaborate cu sprijinul unor experți din agricultură, iar în vederea acestui demers s-a recurs la consultarea unei literaturi de specialitate, destul de amplă, pentru a se identifica importanța **asigurării securității și siguranței alimentare** într-un mediu agricol aflat în continuă schimbare la nivel global și care se dorește a fi interconectat la politicile agricole europene.

**Prezentul document de politică publică** promovează și încurajează o dezvoltare durabilă a sectorului agroalimentar și a zonelor rurale din România prin prisma nevoii de a stabili un echilibru între dezvoltarea economică și impactul agriculturii asupra mediului.

Având în vedere contextul geopolitic și socio-economic actual **Horticultura cu industria procesare este o supapă de siguranță pentru economia și societatea românească**, care prin valorificarea suficientă a resurselor naturale-terenul și a potențialului substanțial existent-capitalul uman, pentru o dezvoltare mai mare și integrarea acestora în sistemul agroalimentar 2024-2050.

Politica acestui sector trebuie să răspundă exigențelor pieței prin reducerea fluctuațiilor de preț și a dezechilibrului dintre cerere și ofertă și să încurajeze consumul de legume și fructe, asigurând în același timp competitivitatea produselor.

Organizațiile de producători reprezintă principalii actori ai organizării comune a pieței legumelor și fructelor, al căror rol constă în concentrarea ofertei și adaptarea acesteia la cererea pieței, acționând în numele și interesele membrilor. Organizațiile de producători pot, cu sprijin financiar comunitar și în baza unui program operațional aprobat, să desfășoare activități în domeniul calității producției – producție biologică, al protecției mediului, activități de marketing, promovare și inovare a produselor, activități de prevenire și gestionare a crizelor.

Având în vedere starea de fapt și de drept a agriculturii, a sistemului agroalimentar și a spațiului rural românesc după mai bine de trei decenii de la evenimentele din decembrie 1989 și șaptesprezece ani de la aderarea României la UE, analizând evoluția acestora, vă solicităm respectuos să analizați și să dispuneți în consecință .

Stimate Domnule **CHIRIȚOIU Ct. Bogdan – Marius, în calitate de Președinte al Consiliului Concurenței**, vă adresăm rugămintea de a lua în considerare cele menționate anterior, având în vedere impactul concentrării economice pe piața locală și efectele asupra economiilor agricole locale.

Având în vedere importanța acestui subiect pentru autoritatea condusă de dumneavoastră, vă invităm să stabiliți și să participați la o întâlnire cu echipa managerială a OIPA ProdCom Legume Fructe. Această întâlnire ar avea ca scop prezentarea detaliilor privind **suveranitatea și siguranța alimentară la nivel național**, precum și discutarea priorităților în cadrul strategiei de dezvoltare durabilă a agriculturii și tranziția către o Românie durabilă în perspectiva 2024-2050.

Prin această întâlnire, ne dorim să:

1. **Detaliem Impactul Concentrației Economice:** Să vă oferim o imagine clară asupra modului în care concentrarea pieței afectează producătorii locali și economia agricolă, precum și măsurile necesare pentru a asigura o concurență echitabilă.
2. **Analizăm Strategiile de Dezvoltare Durabilă:** Să discutăm despre strategii și măsuri care pot fi implementate pentru a susține dezvoltarea durabilă a agriculturii și pentru a promova tranziția către o economie agricolă sustenabilă.
3. **Împărțim Prioritățile pentru 2024-2050:** Să identificăm prioritățile și obiectivele comune pentru perioada 2024-2050, pentru a asigura o dezvoltare coerentă și integrată a sectorului agroalimentar din România.

Apreciem profund atenția și deschiderea dumneavoastră pentru acest subiect de importanță națională și așteptăm cu interes oportunitatea de a colabora pentru găsirea soluțiilor optime. Considerăm că alăturarea serviciilor noastre, destinate consumatorilor și agricultorilor, onorează ambele părți.

Închei prin a vă spune ca am aprecia foarte mult oportunitatea de a va putea demonstra funcționarea celor menționate mai sus, respectiv **echilibrarea deficitului Balanței comerciale, asigurarea necesarului de consum al populației cu produse agro-alimentare.**

Suntem încrezători că, prin cooperare și dialog, putem găsi soluții eficiente pentru a depăși provocările actuale și pentru a asigura un viitor prosper pentru sectorul agroalimentar din România.

Vă rugăm să ne comunicați disponibilitatea dumneavoastră pentru a stabili o dată convenabilă pentru această întâlnire.

Cu deosebită considerație,

**VLAD GHEORGHE**  
Președinte  
OIPA ProdCom Legume Fructe România