

# WEBINAR 1 - WNIOSKI

z serii:

INNOWACJE DLA ROZWOJU SYSTEMÓW KRÓTKICH ŁAŃCUCHÓW DOSTAW (KŁŻ)

w ramach operacji pt. Kampania multimedialna Wiedź i Mądrze Jedź: Krótkie łańcuchy dostaw  
Żywności źródłem innowacji dla wsi i rolnictwa

31 lipca oraz 2 października 2019

**Plusy i minusy zmian prawnych w zakresie „sprzedaży bezpośredniej” dla  
rozwoju systemów KŁŻ – Wnioski z webinaru**



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.

Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej

„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020

Institucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

**Institucja odpowiedzialna za treść - Polska Fundacja  
Innowacji**

# Zadaliśmy 3 pytania

1. Jakie są plusy i minusy przepisów regulujących sprzedaż bezpośrednią, w szczególności Rolniczy Handel Detaliczny (RHD), Sprzedaż Marginalna Lokalna Ograniczona (MLO)?
2. Jakie są realia sprzedaży bezpośredniej na zmieniającym się rynku spożywczym?
3. W jakim stopniu i w jakiej formie współpraca się opłaca?

# Pytanie #1

Jakie są plusy i minusy przepisów regulujących sprzedaż bezpośrednią, w szczególności Rolniczy Handel Detaliczny (RHD), Sprzedaż Marginalna Lokalna Ograniczona (MLO)?

# Plusy

1. Zmiany prawne w ostatnich latach regulujące sprzedaż bezpośrednią, w szczególności Rolniczy Handel Detaliczny (RHD) są coraz bardziej znane i doceniane przez rolników.
2. Rośnie liczba rolników produkujących i sprzedających na podstawie RHD, ale wciąż jest to margines na rynku. Wg. danych Weterynarii, w okresie od 31.07 do 2.10 przybyło 661 rolników w rejestrze RHD czyli przyrost 15%!
3. Przepisy dają możliwość konkurencyjności na rynku żywności, który się szybko rozwija (nie było takich możliwości wcześniej).
4. Przepisy sprzedaży bezpośredniej – w szczególności RHD i MLO – to WIELKI PLUS! Ale warto mieć na uwadze, że praktyka wykazuje, że najbardziej sprzyjająca forma sprzedaży przy większej sprzedaży to działalność gospodarcza.

# Minusy

1. Zrozumienie istoty przepisów regulujących sprzedaż bezpośrednią, która dotyczy rolników, jest ograniczone wśród konsumentów. Dla konsumenta liczy się dostęp i zaufanie do produktu, i co za tym idzie, do producenta.
2. Rolnicy, produkujący głównie dla własnych potrzeb, mają niewielką motywację (i interes) by się rejestrować w RHD czy w innych formach sprzedaży bezpośredniej. Mają obawy przed kontrolami oraz złożonością przepisów sanitarnych i podatkowych, z którymi trzeba się zmierzyć.
3. Służby sanitarne i podatkowe nie są w stanie skontrolować zgodność z przepisami wszystkich producentów z uwagi na ich małą skalę produkcji oraz rozproszeniem geograficznym. Nowe podejście dostosowane do realiów małych gospodarstw jest potrzebne (nie można stosować praktyk i procedur wypracowanych dla potrzeb dużych gospodarstw i dużych przetwórców).

## Pytanie #2

Jakie są realia sprzedaży  
bezpośredniej na zmieniającym się  
rynku spożywczym?

1. Rozwój systemów KLZ w Polsce (jak też i w innych krajach UE) jest uzależniony nie tyle od regulacji prawnych, ale od rozwiązania problemów organizacyjnych, które ograniczają ich skalę działania. Podstawowym wyzwaniem w tym zakresie jest wyzwanie logistyczne – jak połączyć rozproszonych geograficznie małych producentów (w dużej mierze na wsi) z rozproszonymi konsumentami (w dużej mierze w mieście)?
2. Przepisy sprzedaży bezpośredniej są ważne, dając rolnikom spore nowe możliwości do produkowania i sprzedawania. Natomiast liczą się relacje międzyludzkie – pomiędzy producentami oraz pomiędzy producentami a konsumentami. Budowanie wzajemnego zaufania stanowi klucz do skutecznych inicjatyw KŁŻ (same przepisy nie wystarczą).

3. W Polsce, podstawy prawne sprzedaży bezpośredniej dają nowe możliwości dla rozwoju systemów KŁŻ, natomiast wyzwanie dla KŁŻ wiąże się z konkurencyjnością na szybko zmieniającym się rynku żywności.
4. Rynek się zmienia, ale równocześnie ubywa liczba małych gospodarstw ponieważ nie są w stanie się utrzymać na rynku. Niesie to za sobą negatywne konsekwencje dla ochrony krajobrazu, ożywiania gospodarki lokalnej oraz dostępu do świeżej, zdrowej żywności bez chemii.
5. Regulacje dotyczące sprzedaży za pośrednictwem internetu, wymagają doprecyzowania – ponieważ ta forma sprzedaży jest coraz popularniejsza na rynku żywności. W dzisiejszych przepisach RHD, sprzedaż via internet jest niedopuszczona.



6. Rynek żywności się zmienia bardzo szybko. Markety – w szczególności Biedronka, Carrefour i Lidl – przejęły retorykę „Krótkich Łańcuchów dostaw Żywności” ponieważ konsumenci poszukują produkty lokalne, tradycyjne i świeże – również z upraw ekologicznych. Trudniej jest dzisiaj wystartować i wyróżnić się na rynku niż kilka lat temu.
7. W Polsce brakuje zdolności do przetwórstwa ekologicznego w małej skali. W konsekwencji, żywność z Polskich gospodarstw ekologicznych jest przetwarzana w Niemczech, a następnie wraca na rynek Polski
8. Rynkotwórcze działania Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi na rzecz rozwoju rynków lokalnych, w tym też wkomponowanie priorytetu Krótkich Łańcuchów dostaw Żywności w Politykę Państwa i programy rozwoju, stanowią ważny krok do przodu. Dla rozwoju KŁZ w Polsce liczy się sprzedaż rynkowa, a nie dotacje i subsydia, które często utrzymują nierentowne przedsięwzięcia.

6. W gastronomii, pomimo wprowadzenia w RHD nowych możliwości sprzedaży osobom prawnym, liczy się bardziej rozwiązanie problemów logistycznych, ciągłości dostaw itp.
7. Fałszowanie żywności (tj. podawanie jako produkty lokalne czy tradycyjne, które nimi nie są) jest powszechne na rynku i często praktykowane w ramach obowiązujących regulacjach prawnych. Utrudnia to konkutowanie na rynku producentów, produkujących i sprzedających produkty autentyczne.

## Pytanie #3

W jakim stopniu i w jakiej formie  
współpraca się opłaca?

1. Działanie w pojedynkę rolników i producentów nie sprzyja. Współpraca się opłaca. Taki jest wniosek z doświadczeń Klubów Zakupowych, m. in. na przykładzie Koszyka Lisieckiego, Marchewki, E-Skrzynki i innych
2. Organizacyjne rozwiązania i innowacje, które są w stanie angażować wielu producentów i wielu konsumentów powinny stanowić priorytet. Trzeba mieć na uwadze, że współpraca pomiędzy rolnikami wymaga sporo czasu i najczęściej wymaga interwencji animatora.
3. Animator współdziałania rolników i konsumentów, nie musi być z ODRu, LGD czy też organizacji pozarządowej. Liczy się zaangażowanie i wrażliwość na potrzeby rolników i konsumentów.. I duża cierpliwość i wytrwałość!
4. Samorządy mogą (i powinny) odegrać kluczową rolę w animowaniu współpracy pomiędzy producentami na swoim terenie oraz w tworzeniu rynku lokalnego na ich produkty. Wymaga to twórcze i zdecydowane wykorzystanie klauzuli społecznej w zamówienia publicznych, m. in.

5. Przyszłość KŁŻ w Polsce jest związana z nowymi możliwościami cyfryzacji ponieważ –
  1. Konsumenci chcą kupować żywność za pośrednictwem internetu
  2. Nowe pokolenie rolników (następcy oraz przedsiębiorcy wchodzący na rynek) jest obeznane z rozwiązaniami informatycznymi w produkcji, w planowaniu i sprzedaży.
  3. Nowe technologie, np. blockchain oraz media społecznościowe, są w stanie (teoretycznie) rozwiązać problemy logistyki, kontroli zgodności z przepisami itp. rozproszonych geograficznie małych producentów (tego nie było wcześniej)
  4. Programy wspierania innowacji w rolnictwie i rozwoju wsi (tj. przede wszystkim Program Współpraca) są coraz bardziej ukierunkowane na innowacyjne rozwiązania organizacyjne i informatyczne.



Odwiedź portal KSOW – [www.ksow.pl](http://www.ksow.pl)

**Zostań Partnerem Krajowej Sieci Obszarów Wiejskich**