Zbiorowe punkty sprzedaży

MAŁOPOLSKA

Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich

Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020

Europejski Fundusz Rolny na Rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 – Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich" Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020

Czerwiec 2018

TERRES d'AVENIR

AGRICULTURES & TERRITOIRES
CHAMBRE D'AGRICULTURE RHÔNE

Dział Wsparcia Projektów Lokalnych (Appui aux Projets de PROximité, APPRO)

Definicja

- Sklep utworzony i zarządzany zrzeszonych producentów
- Aby sprzedawać wspólnie, i **bezpośrednio**, produkty rolne
- Gama produktów lokalnych, świeżych, sezonowych
- Główne forum sprzedaży produktów: komfort dla klienta i producenta

Ramy prawne

- Notatka służbowa DGAL, 7 kwietnia 2010 r.

  „Zbiorowy punkt sprzedaży jest miejscem, z którego korzysta wspólnie kilku producentów, gdzie zapewniają oni sprzedaż bezpośrednią na rzecz konsumentów produktów pochodzących ze swoich gospodarstw”

  „członkowie powinni zapewnić obsługę sprzedaży w określonych godzinach (producent, bezpośredni członek rodziny lub pracownik gospodarstwa). W regulaminie wewnętrznym zostaną zawarte ustalenia dotyczące dyżurów »

- Prawa konsumentów, 12 i 13 lutego 2014 r. (art. 62 bis kodeksu rolnego):

  „z myślą o rozwoju gospodarstw, producenci mogą łączyć się w sklepach producenckich, aby sprzedawać swoje produkty”

Atuty

- Dla producenta:
  - Zwiększenie obrotów
    - Sprzedaż produktów „w tygodniu”, dzielenie się godzinami pracy z kolegami
    - Stymulacja zakupów dzięki koncentracji produktów
  - Witryna: wygląd naturalny, autentyczny, będący odzwierciedleniem gospodarstw, promocja rolnictwa lokalnego
  - Wygoda / rynek: nie podlega wahaniom pogodowym
- Dla klienta:
  - Wrażliwość na wizerunek producenta i bliskość
  - Oszczędność czasu / sprzedaż w gospodarstwie
  - Znajomość i rozpoznawalność producentów
  - Jakość i indentyfikowalność produktów

Ograniczenia

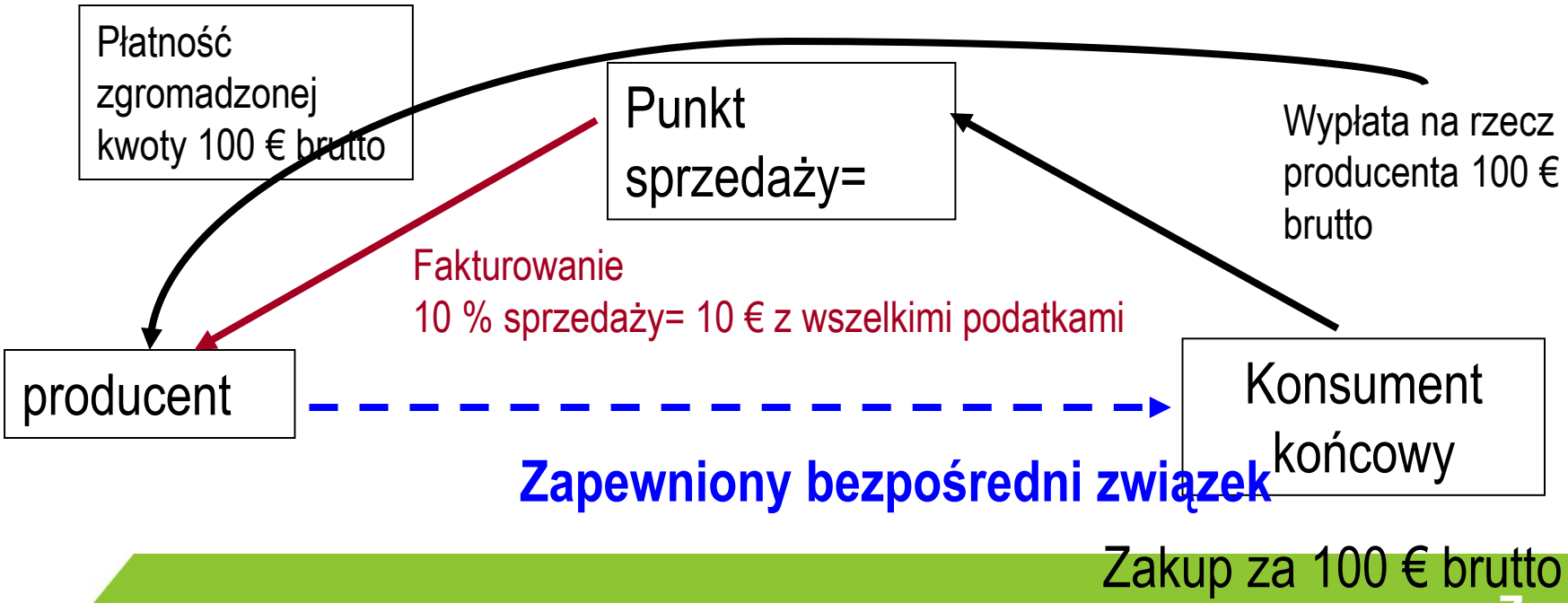
- Znaczenie relacji międzyludzkich: akceptacja i chęć pracy w grupie, dobra znajomość siebie nawzajem, możliwość rozmowy (i wysłuchania)
- Regularność dostaw w zakresie ilości i jakości
- Duże inwestycje czasu i pieniądza: organizacja, dyscyplina, koordynacja, poświęcenie czasu
- Gra do wspólnej bramki: zajmowanie się nie tylko własnymi produktami, znajomość produktów innych
- Wszyscy są odpowiedzialni i solidarni

Cechy charakterystyczne

- Zbiorowy punkt sprzedaży reprezentuje producentów: brak kupna-odsprzedaży
- Każdy producent pozostaje właścicielem swoich produktów aż do końca: fakturowanie w momencie zapłaty za zakupy
- Obecność przy sprzedaży producenta upoważnionego do sprzedaży na rzecz pozostałych zrzeszonych producentów ➔ obowiązkowa dla zachowania statusu sprzedaży bezpośredniej
- Płatność przez producentów prowizji od sprzedaży z tytułu wprowadzenia do obrotu (= świadczenie usługi umożliwiające funkcjonowanie sklepu)

Narzędzie= umowa agencyjna

⇨Punkt sprzedaży = **pełnomocnik** dokonujący aktu sprzedaży konsumentom w imieniu i na rzecz **mocodawców** (= rolnicy)



Funkcjonowanie: ludzie

- Wnoszący wkład zrzeszeni
  - Udziały– uprawnienie do podejmowania decyzji zbiorowych
  - Dyżury przy sprzedaży na warunkach określonych przez grupę
  - Średnio 12 gospodarstw
- Wnoszący wkład niezrzeszeni
  - Brak udziałów
  - Często pojawiają się kilka razy, ale nie pełnią dyżurów
  - Często produkcje o niskich obrotach
  - Średnio 13 gospodarstw, ale bardzo różnie (od 0 do ponad 20)
  - Wyższa prowizja (25 – 30%)
  - Zgonie z ustawą z 2014 r.: wartość transakcji producentów niezrzeszonych nie powinna przekroczyć 30% wartości wszystkich transakcji sklepu.
  - Rolnicy, ale mogą też być grupy, spółdzielnie, a nawet miejscowi rzemieślnicy
- Pracownicy
  - Aby pomóc przy sprzedaży, księgowość, sprzątanie…
  - Nie powinni być nigdy sami podczas sprzedaży
  - Obecni w 70% zbiorowych punktów sprzedaży

Struktura

- Brak typowej struktury prawnej
- Każda grupa wybiera strukturę, która wydaje się jej najbardziej odpowiednia / projekt
  - Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (ponad 60 % przypadków w Rhône-Alpes)
  - Grupa interesów gospodarczych
  - Spółka akcyjna uproszczona
  - Spółdzielnia zbiorowego interesu
  - Stowarzyszenie
  - Spółdzielnia

Miejsce sprzedaży

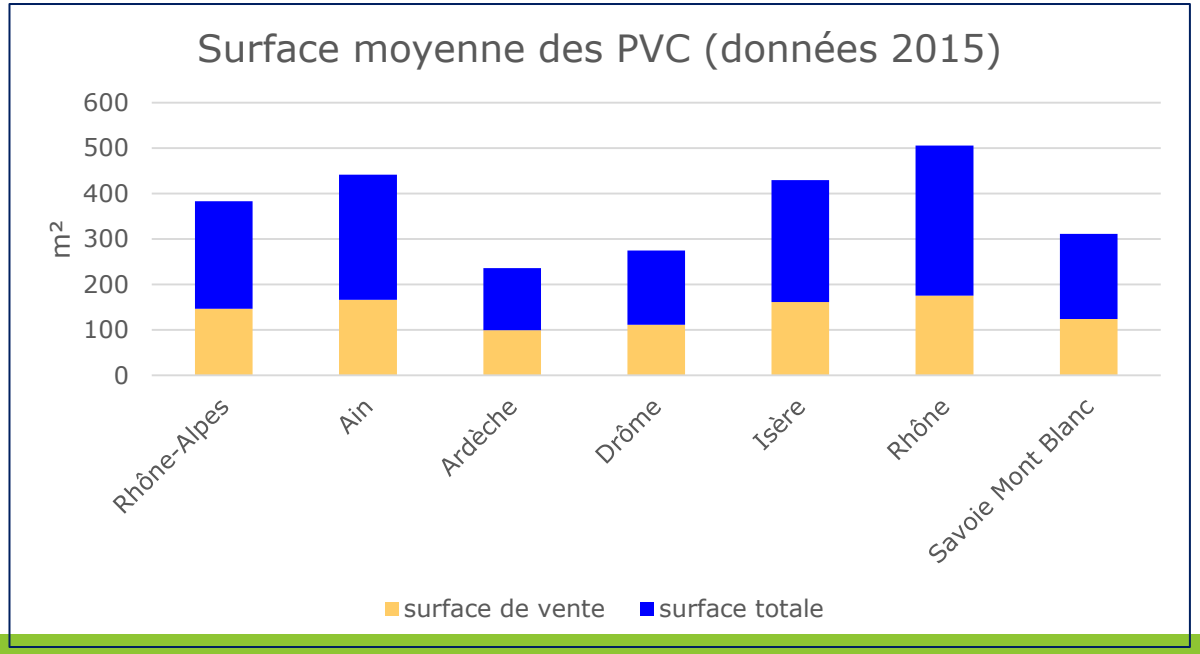
- Różne rodzaje lokalizacji:
  - Centrum miasta / miasteczka, wioski, osiedla mieszkaniowego
  - Przy dużych punktach wymiany handlowej / punktach atrakcyjnych pod względem handlowym
  - Wzdłuż drogi / ważnych szlaków transportowych (ronda, skrzyżowania…)
  - Na wsi: z dala od miasta lub blisko ośrodka turystycznego

- Nowa budowa lub zagospodarowanie istniejącego lokalu

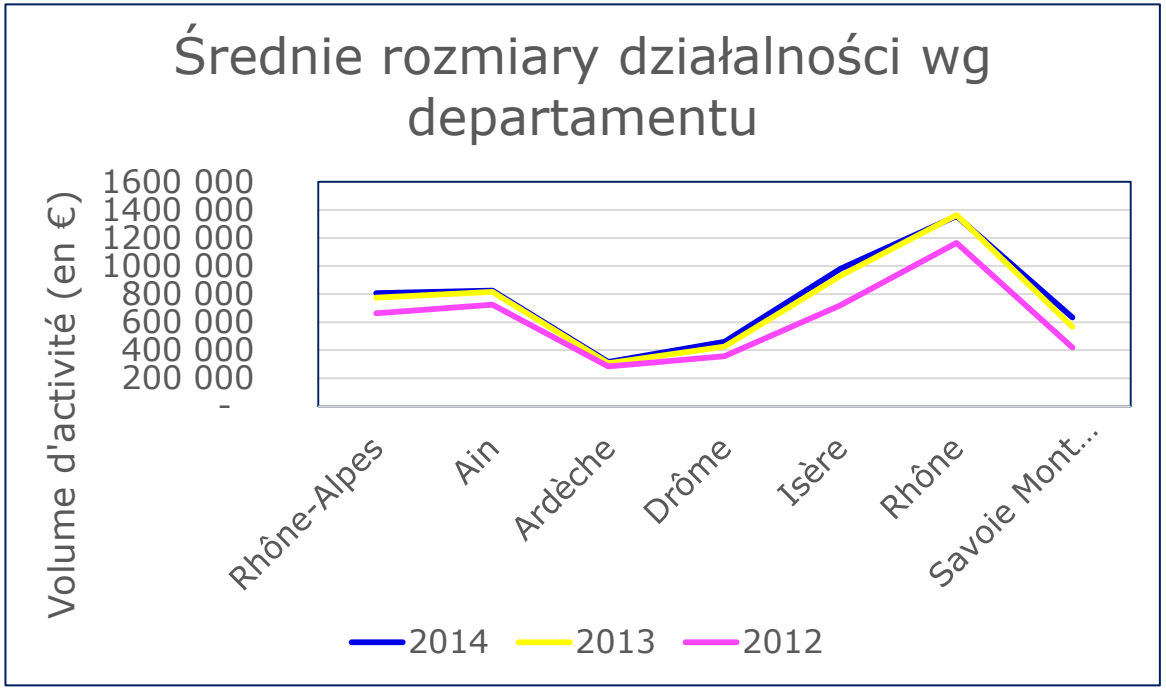
Miejsce sprzedaży: powierzchnia

- Średnia powierzchnia punktów sprzedaży zbiorowej na terenie Rhône wynosi 175 m²,
- Bardzo różna, w zależności od lokalizacji, departamentu…

  Od 30 do 280 m²!

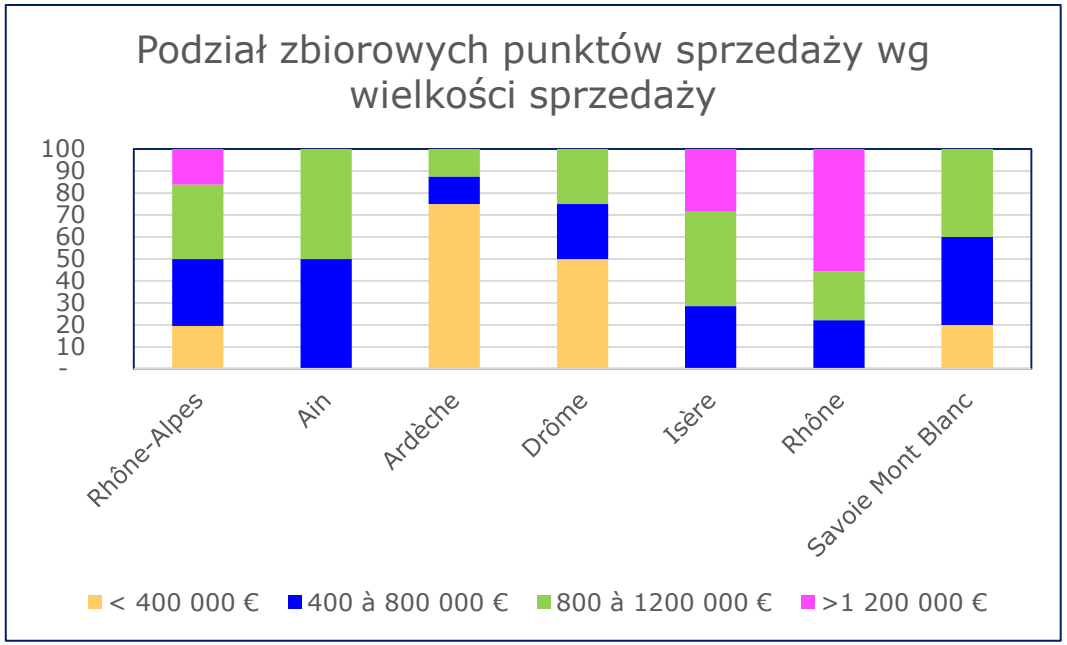


Rozmiar działalności



- Istotne średnie rozmiary działalności na terenie Rhône, które ukrywają dysproporcje.

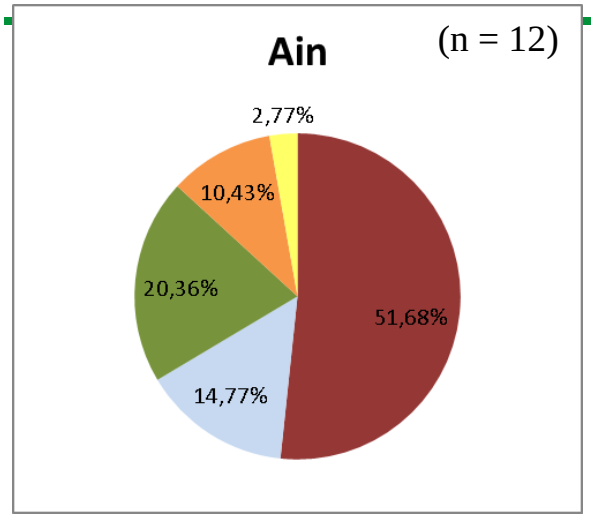
Rozmiar działalności

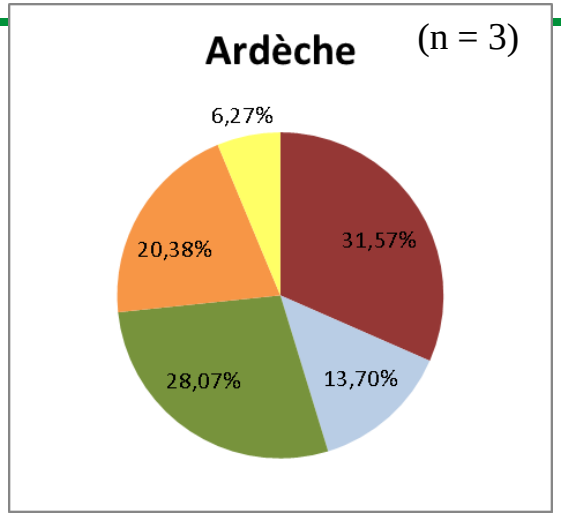


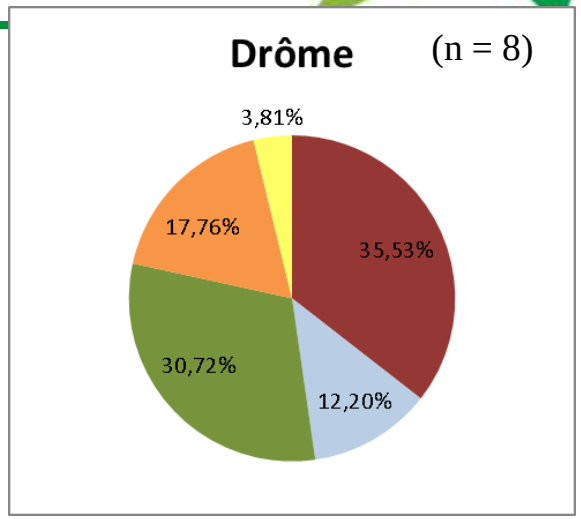
Sprzedawane produkty

- Mięso i produkty mięsne, ryby
- Przetwory mleczne (krowie, kozie, owcze, mieszane)
- Owoce i warzywa
- Pozostałe produkty:
  - Wino, piwo, alkohole
  - Miód i wyroby pochodne
  - Produkty przetworzone na bazie warzyw (zupy, konserwy…)
  - Produkty przetworzone na bazie owoców (konfitury, soki, syropy, przeciery owocowe…)
  - Chleb, ciasta, mąka
  - Owoce suche (orzechy włoskie, orzechy laskowe…)
  - Oliwy (z oliwek, rzepakowa, słonecznikowa…)
  - Rośliny aromatyczne i lecznicze (herbatki ziołowe, szafran…)
  - Przyprawy różne
  - Pozostałe produkty w zależności od regionu!

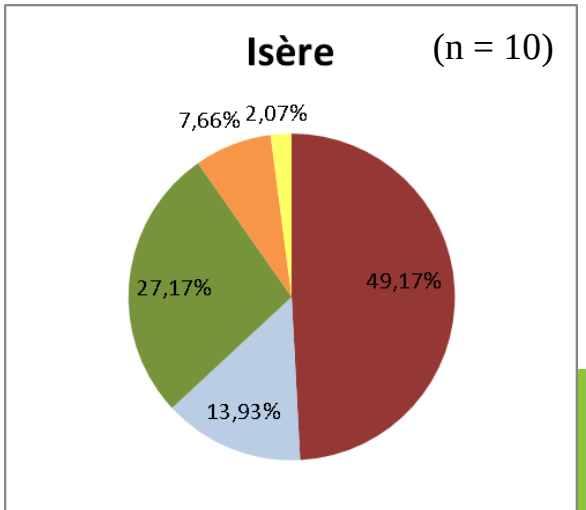
Gama produktów w departamentach

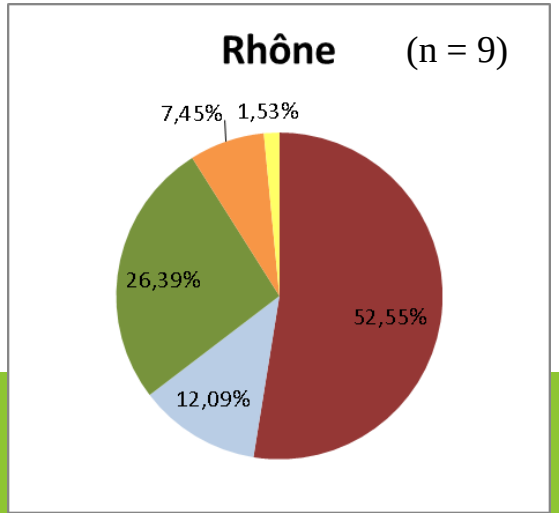


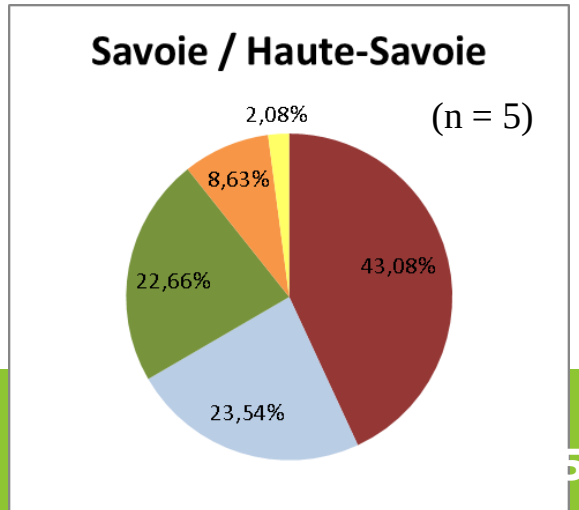




% VA viandes et produits associés
% VA fruits et légumes
% VA autres produits
% VA produits laitiers
% VA miel, pain et vin

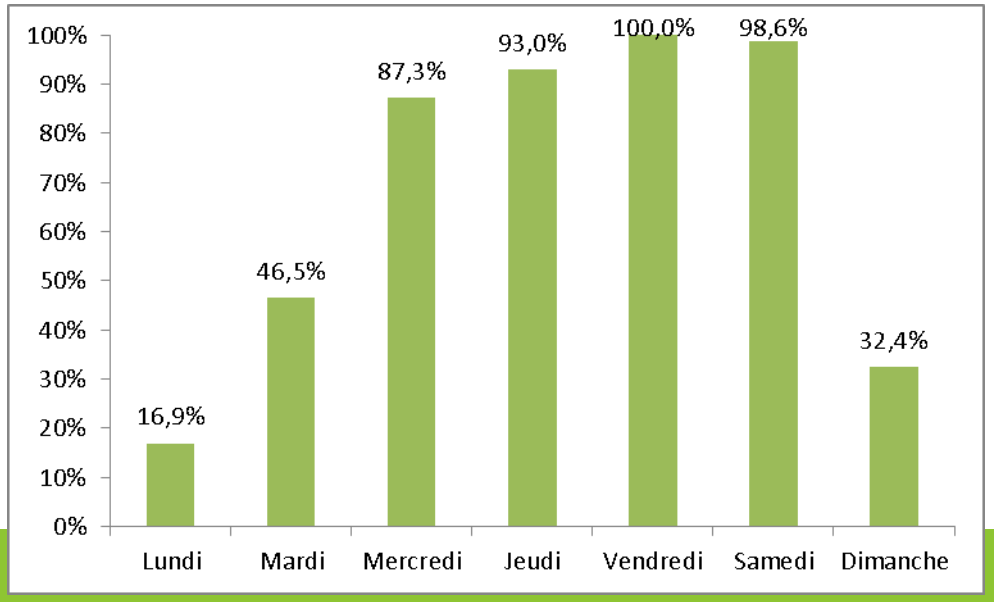






Dni i godziny otwarcia

- Wszystkie punkty sprzedaży zbiorowej są otwarte w piątki i soboty, a wiele z nich również w czwartki.
- Średnio punkty są otwarte przez 35 godzin (od 12 do 60 godz.) tygodniowo



Inwestycje

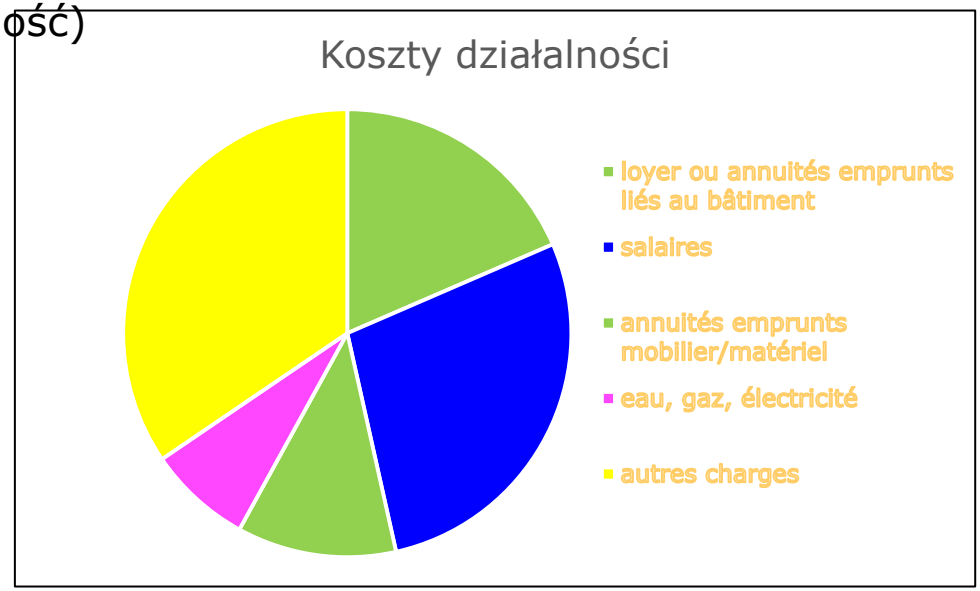
- Lokal handlowy:
  - Budowa / kupno (utworzenie spółki działającej na rynku nieruchomości)
  - Renowacja lub zagospodarowanie istniejącego lokalu / najem
- Zagospodarowanie wewnętrzne:
  - Meble:
    - Meble do prezentacji owoców i warzyw, słojów, win
    - Meble kasowe
  - Chłodnie
    - Usługi zapleczowe, samoobsługa, mrożonki
    - Komory chłodnicze do składowania
    - Klimatyzacja lokalna
  - Drobny sprzęt
    - Sprzęt informatyczny, materiały biurowe
    - Higiena i konserwacja
    - Sprzęt techniczny: elektryczny, sprzęt rzeźniczy
  - Kasy, wagi, oprogramowanie
  - Komunikacja, oświetlenie …….

Finansowanie inwestycji:

- Dotacje
  - Bardzo różne, w zależności od punktu sprzedaży zbiorowej
  - Pochodzące z różnych źródeł:
    - Rada Generalna
    - Rada Regionalna
    - EFRROW
    - Inne
- Kapitał zakładowy (wkłady wspólników)
  - Średnio 13 015 (mediana 8000 €)
  - Generalnie równy podział pomiędzy wspólników
- Pożyczki

Koszty działalności

- Bardzo różne, w zależności od punktu sprzedaży zbiorowej
- 260 do 950 € / m² w badaniu za 2015 r.…
- Ok. 100 000 € dla 135 m² powierzchni sprzedaży
  - Czynsz (lub opłaty roczne związane z budynkami)
  - Wynagrodzenia i koszty ubezpieczenia społecznego
  - Pozostałe raty roczne od pożyczek
  - Media (woda, gaz, elektryczność)
  - Ubezpieczenia
  - Reklama / komunikacja
  - Księgowość
  - Koszty bankowe
  - Telefon/Internet
  - Opakowania
  - Materiały biurowe
  - Konserwacja, naprawa
  - …



Finansowanie kosztów

- Koszty sklepu są finansowane poprzez prowizję od sprzedaży stanowiącą średnio
  - 12 do 16% w przypadku osób wnoszących wkłady zrzeszonych
  - 25 do 30% w przypadku osób wnoszących wkłady niezrzeszonych

Przepisy dotyczące higieny

Rozporządzenie 178/2002- podstawa ustawodawstwa

	Szczególne przepisy dotyczące pasz dla zwierząt	*Ogólne zasady dotyczące higieny dla <u>całej żywności</u>*	*szczególne przepisy dotyczące higieny w odniesieniu do żywności <u>pochodzenia zwierzęcego</u>*
Profesjonaliści	**Rozporządzenie 183/2005**	**Rozporządzenie 852/2004**	**Rozporządzenie 853/2004**
Służby kontrolne	**Rozporządzenie 882/2004** *„kontrole urzędowe”*		**Rozporządzenie 854/2004**

Status zakładów gospodarskich

- PRODUKTY ZWIERZĘCIE I POCHODZENIA ZWIERZĘCEGO
  - Sprzedaż bezpośrednia = konsument końcowy ➔ 852
  - Lokalny handel detaliczny (tylko 1 pośrednik): odstępstwo od wymogu zatwierdzenia ➔ 852
    - Progi dotyczące produkcji, których nie można przekroczyć
  - Sprzedaż pośrednia: Zatwierdzenie CE: szczegółowy wniosek, jaki należy złożyć w Dyrekcji departamentalnej ds. ochrony ludności ➔ 853

FR
69-001-001
CE

- PRODUKTY ROŚLINNE
  - Jeden status➔ 852

Odstępstwo od wymogu zatwierdzenia

- Lokalny handel detaliczny
- Poniżej 80 km
- Obroty
  - Poniżej 30% przez pośrednika
    - Ograniczone ilości

      250 kg przetworów mlecznych i/lub produktów na bazie mięsa

      800 kg świeżego mięsa
  - > 30% przez pośrednika
    - Mniejsze ilości

      100 kg przetworów mlecznych i/lub produktów na bazie mięsa

      250 kg mięsa

Przypadek drobiu/królików

- Ubój w gospodarstwie (pomieszczenie do uboju nie wymagające zatwierdzenia)
  - Wyłącznie dla drobiu i zajęczaków
  - Hodowane w gospodarstwie – bez przerobu
  - Limit 500 sztuk drobiu / tydzień i 25000 / rok
  - Sprzedaż
    - bezpośrednio do konsumenta końcowego
    - Lokalny handel detaliczny – Bez ograniczenia ilości

      Zwykłe zgłoszenie do Dyrekcji ds. służb weterynaryjknych (lista zakładów, lokalizacja i rodzaj działalności).
  - W promieniu 80 km
    - Za wyjątkiem stabilizowanych w przypadku imprez organizowanych raz do roku lub raz na dwa lata : możliwy na terenie całego kraju
    - Sprzedaż na odległość zakazana
  - Bez mięsa mielonego ani kiełbas
- Ubój zatwierdzony➔ bez ograniczeń