



Parlamentul României
Camera Deputaților

Întrebare

Către: Ministerul Agriculturii si Dezvoltarii Rurale

De la: deputat Andrei George Plujar, Circumscripția electorală nr. 11 Caraș-Severin, Grupul parlamentar al Uniunii Salvați România

Obiectul întrebării: Strategia de promovare externă a produselor românești din sectorul fructelor și legumelor

În prima decadă a lunii februarie a avut loc, la Berlin, unul dintre cele mai importante evenimente internaționale dedicate industriei fructelor și legumelor proaspete – Fruit Logistica. Evenimentul este recunoscut drept o platformă majoră de promovare, conectare comercială și schimb de bune practici în domeniul horticol. Numeroase state europene participă constant prin pavilioane naționale și delegații oficiale, susținând activ accesul producătorilor lor pe piețele internaționale. În acest an, pe parcursul a trei zile, aproape 3.000 de expozanți din peste 90 de țări și-au prezentat produsele, tehnologiile și viziunile privind viitorul agriculturii și al lanțurilor agroalimentare.

Având în vedere că promovarea externă a produselor agroalimentare românești nu este doar o chestiune de imagine, ci una care ține direct de competitivitatea fermierilor și de echilibrarea balanței comerciale, în temeiul dispozițiilor art. 112 din Constituția României coroborate cu dispozițiile art. 194 și urm. din Regulamentul Camerei Deputaților, aprobat prin Hotărârea nr. 8/1994 cu modificările și completările ulterioare și art. 34 lit. d) din Legea nr. 96/2006 privind Statutul deputaților și al senatorilor, **vă adresez rugămintea de a-mi transmite un răspuns cu privire la următoarele întrebări:**

1. A participat România, prin instituții ale statului sau printr-o formulă de reprezentare coordonată, la ediția din acest an a târgului Fruit Logistica de la Berlin? Dacă da, care a fost forma de participare, cine a coordonat-o și care au fost obiectivele stabilite?
2. Care sunt rezultatele concrete ale participării României la acest eveniment (parteneriate inițiate, contracte facilitate, contacte comerciale, acțiuni de promovare derulate)?
3. În situația în care nu a existat o participare oficială sau un pavilion național, care au fost motivele acestei absențe și ce instituții au avut responsabilitatea deciziei?
4. Ce bugete au fost alocate în ultimii trei ani pentru promovarea externă a produselor agroalimentare românești și ce sume au fost utilizate efectiv pentru participarea la târguri și expoziții internaționale de profil?
5. Există în prezent o strategie națională de promovare a produselor horticole românești pe piețele externe? Dacă da, care sunt obiectivele măsurabile, piețele-țintă și instrumentele de implementare?
6. În ce măsură autoritățile colaborează cu asociațiile de producători, cooperativele și organizațiile profesionale pentru a construi o prezență unitară a României pe piețele externe?

Vă mulțumesc pentru atenția acordată acestor întrebări și aștept cu interes răspunsurile dumneavoastră atât în scris.

Cu aleasă considerație,

Andrei George Plujar

Deputat USR Caraș-Severin