

[Home](#) [Despre site](#) [Lista E-uri \(aditivi alimentari\)](#) [VREAU SĂ FIU MAI SĂNĂTOS](#) [Studii produse](#)

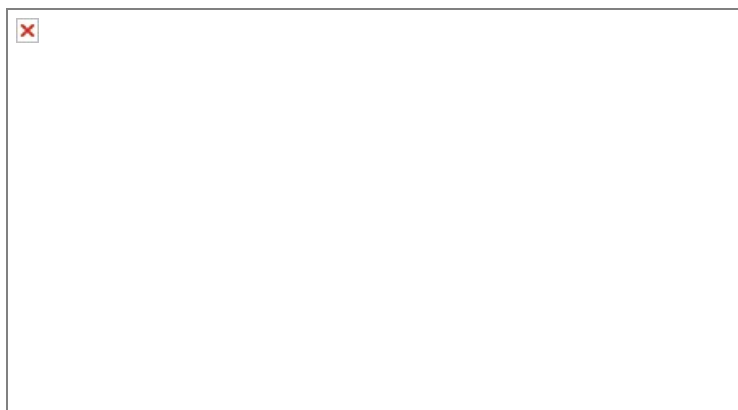
← Brânzeturi pure de la Valea Asăului

Documentar despre glutamatul monosodic →

Magazinele bio – un altfel de comerț

Posted on 15 November 2008 by [admin](#)

Majoritatea produselor bio sunt importate din Germania, Austria sau Marea Britanie, pentru ca oferta producătorilor locali este destul de redusă și este trimisă în general către export. Magazinele specializate pot reprezenta șansa comerțului tradițional, prin atuurile pe care le au în fața celui modern. O gamă mai diversificată de produse, o relație specială cu clientul sunt doar două dintre aceste avantaje cu care micii comercianți încearcă să facă față cu succes extinderii agresive a comerțului modern. Magazinele specializate de vinuri, de delicatese sau de produse tradiționale, sunt doar câteva exemple de succes ale comerțului de nișă.



Ultimul val al acestui gen de comerț aduce cu el magazinele specializate pe produse bio. În ultimul an s-au deschis, cel puțin în București, trei noi magazine "verzi": Pukka Food, Leacul și Natura Food. Apariția acestor comercianți specializați pe bio a fost semnalată și în țară – Bio Markt în Timișoara sau Bioplant în Târgu Mureș – ceea ce înseamnă că cererea de astfel de produse există.

Oferta de produse bio din magazinele specializate este bogată și încearcă să acopere toată gama de alimente necesare într-o gospodărie: lapte, smântână, ouă, zahăr, pâine, paste, legume, fructe, carne de struț, produse de soia, dulciuri etc. Unele sunt importate direct din Germania, Austria sau Marea Britanie, în vreme ce altele sunt aduse de la producătorii locali. Furnizorii autohtoni, puțini la număr, trimit majoritatea producției la export, unde alimentele bio se bucură de un succes mult mai mare.

Cum își promovează și fidelizează cumpărătorii

Categorii

- [Analiza produse cu E-uri](#) (54)
- [Analize produse](#) (22)
- [Articole E-uri](#) (82)
- [BIO și Organic](#) (25)
- [Documentare Video](#) (35)
- [Evenimente](#) (3)
- [Imbolnavire de la E-uri](#) (8)
- [Legături site-uri](#) (15)
- [Liste Aditivi Alimentari](#) (3)
 - [Coloranți – E100-E182](#) (3)
- [Organisme modificate genetic](#) (10)
- [Stil de viață](#) (84)
- [Vegetarism](#) (3)

Find us on Facebook



**Alimentație
sănătoasă**



96 people like **Alimentație
sănătoasă**.



Nutu



Giuseppe



Volei



Facebook social plugin



Tags

[aditivi alimentari](#) [aditivii
alimentari](#) [aditivi interzisi](#)
[aditivi nocivi](#) [alimentatie](#)
[alimentatie nesănatoasa](#)
[alimentatie
sanatoasa](#) [aspartam](#)
[benzoat de sodiu](#) [bio](#) [bulina](#)
[cancer](#) [cancerigen](#) [carmin](#) [carne](#)
[consum copii](#) [Documentare](#)
[Video](#) [e-uri](#) [e-uri nocive](#)
[E110](#) [E120](#) [E202](#) [E211](#) [E250](#)

- * flyere distribuite locuitorilor din zona in care este amplasat magazinul;
- * Site-ul care prezinta pe langa oferta de produse si retete de preparare a produselor bio;
- * amenajarea unei zone pentru degustarea produselor;
- * alcatuirea ofertei de produse in functie de solicitarile clientilor;
- * trimiterea de newslettere care cuprind noutatile aduse in magazin.

De la jucatorii autohtoni, Pukka Food comercializeaza branza de la La Dorna, smantana, paine, paste, fructe, produse de soia de la Inedit Food, oua de la Cortina Bioprod, singurul producator de acest gen din Romania. In magazinul Natura Food cumparatorii gasesc faina integrala ecologica, branzeturi si lactate bio de import, oua ecologice, uleiuri vegetale bio, paste fainoase de import, miere ecologica, sucuri si siropuri, maioneza, mustar, condimente bio, ciocolata, biscuiti etc. Dar cel mai bine se vand lactatele, sucul de mere, pastele, produsele de panificatie, spun reprezentantii magazinului. In magazinul Bio Markt se gasesc produse aduse din Germania si Austria, pietele cele mai dezvoltate din Europa pe acest segment, la ora actuala. "Noi incurajam si producatorii autohtoni si chiar am inceput colaborarea cu cativa dintre ei", spune Anca Constantin, PR Specialist la Bio Markt.

La "Leacul" se gasesc peste 1.000 de produse certificate ecologic: paine, lactate si branzeturi, oua, paste fainoase, cereale, vin, sucuri si siropuri, dulceturi, conserve de legume sau pateuri vegetale. In oferta se regasesc si mancare pentru bebelusi, suplimente nutritive, zeci de sortimente de ceai eco, cafea, fructe confiate, seminte, dulciuri, dar si o gama larga de cosmetice si produse de ingrijire corporala naturale si bio si produse eco pentru curatarea casei. Inca de la deschidere, cele mai cautate s-au dovedit a fi cerealele, siropurile, sucurile, orezul, painea, pateurile din soia, vinurile, produsele de post.

Image



Lunar, comerciantii innoiesc oferta de produse, unele dintre ele cerute de clienti. "Daca esti un magazin specializat trebuie sa ai o relatie speciala cu clientul. Trebuie sa te axezi in principal pe produsele solicitate de acesta. Vin clienti care ne cer anumite produse pe care uneori nu le avem. Le comandam de la furnizorii nostri apoi ii sunam si vin sa le cumpere", a precizat Bogdana Ghinescu, asociata Pukka Food.

Clientii magazinelor specializate sunt oameni care se documenteaza, citesc carti de sanatate, publicatii de specialitate.

"A venit la noi un client si ne-a intrebat daca avem cereale quinoa. Ne-am informat si le-am cerut distribuitorului nostru din Londra. In aceeasi perioada au aparut in presa articole pe aceasta tema si astfel ni s-a dus vestea ca avem acest produs. Ne-au sunat oameni din tara sa ni-l ceara", a mai precizat Ghinescu.

Istoria magazinului de produse bio Pukka Food a inceput in urma cu sase luni, de la ideea a doua mame asociate care au dorit sa ofere ce este mai bun copiilor lor. Pukka a aparut pe locul unei foste mercerii care a functionat in acel loc timp de 40 de ani. Un avantaj pentru magazin deoarece vadul era deja creat. Investitia de la care au pornit reprezentantii magazinului a fost de 80.000 de euro. "Banii i-am investit in spatiu, in renovare, pentru ca era demodat. Am pastrat o mare parte din mobilierul vechi insa l-am revopsit in verde deschis, am schimbat geamurile, obloanele, am investit in marfa, casa de marcat, sisteme de calcul, am platit chiria pe jumatate de an", povesteste Bogdana Ghinescu. La sase luni de la lansare, bilantul este satisfactor, in ultimul timp numarul de clienti fiind in crestere, inasa nu intr-un mod spectaculos.

([Revista Piata](#), noiembrie 2008)

 Like  Sign Up to see what your friends like.



Abonare la RSS

Articole recente

- [Studiu: Analize pe apele minerale disponibile pentru consumatorii din Romania spre consum](#)
- [Video: Copii consumatori si marketingul la produsele dedicate lor](#)
- [Video: Emisiunea lui Robert Turcescu despre alimentatie](#)
- [Vezi cât de nocive sunt conservele din carne. Un produs are 8 E-uri în compoziție](#)
- [Document: Ghidul de bune practice privind comercializarea produselor agroalimentare ecologice](#)

Reclame care ne sustin

