

Două foste colege de facultate au dezvoltat un magazin de articole bio în parcul Cișmigiu

23 sep 2011 Autor: [Tiron Mirabela](#)



Ileana Muntean și Bogdana Ghinescu, foste colege la Facultatea de Comerț, au deschis în 2008 un magazin de produse alimentare și cosmetice BIO în parcul Cișmigiu, sub numele de Pukka Food, dat fiind că „amândouă alergau prin supermarketuri după produse fără E-uri“.

"Ne doream să facem ceva pe cont propriu, să muncim pentru noi (...) Ni s-a părut o nevoie evidentă și o idee bună să facem un magazin de unde și alții ca noi să poată cumpăra mâncare sănătoasă, garantată doar de certificarea bio" spune Ileana Muntean, 41 de ani.

Cele două prietene au investit 80.000 de euro în deschiderea unui magazin pe o suprafață de 40 de metri pătrați în parcul Cișmigiu.

În prezent în magazin se comercializează în jur de 1.500 de produse bio, din care aproape 25-30% luate de la producători români, restul fiind aduse din Germania, Marea Britanie sau Italia.

În România există doar câteva magazine bio, printre care și GreenFeet, sau magazine online precum Biomania.ro sau Mamanatura.ro.

Piața produselor bio-ecologice-organice este o alternativă la cea a produselor convenționale.

Dacă este în expansiune în unele țări din Europa și deja matură în Statele Unite ale Americii, la noi abia acum începe să prindă contur.

În SUA, de exemplu, această piață a început să se dezvolte încă din anii '80, iar astăzi sunt active lanțuri întregi de magazine organice (Wholefoods are sute de magazine prezente în toate statele).

"Să punem lucrurile pe picioare a implicat entuziasm maxim incipient, energie bună, apoi stupoare la întâlnirea cu practica zilnică. Nu ne-am imaginat că lucrurile pot fi atât de complicate din toate punctele de vedere, dar mai ales din punct de vedere legislativ și birocratic."

Cadrul legal este greoi, împovărător, apreciază Ileana Muntean. Ea mai spune că cei care realizează controale vin să îți dea amendă și în niciun caz să te ajute să "fii în regulă".

"Trăgând linia după trei ani de activitate, mă simt inamicul societății, am certitudinea că micul întreprinzător nu este un personaj dorit în România. Dificultățile cu care ne confruntăm sunt legate de cadrul legislativ, legea nu te diferențiază pe tine, ca mic comerciant, de un lanț de supermarketuri."

Mai mult, o altă dificultate o reprezintă perisabilitatea mare a produselor bio, dar și gradul redus de informare a consumatorilor cu privire la produsele bio.

Piața românească a produselor agricole bio ar putea crește în acest an cu 20%, de la 45-50 de milioane de euro în 2010, pe fondul majorării cererii, potrivit declarațiilor anterioare ale lui Marian Cioceanu, președintele Asociației Operatorilor din Agricultură Ecologică "Bio România".

În 2010 consumul intern de produse agricole bio s-a ridicat la 45-50 milioane euro, din care aproximativ 35 milioane euro reprezintă produse importate. Potrivit datelor asociației "Bio România", exporturile de produse bio s-au ridicat anul trecut la 150 milioane euro.

Principalele destinații de export au fost Germania, Italia, Grecia, Olanda, Elveția, SUA și Japonia. Producătorii români vând la export cu prețuri de două-trei ori mai mari decât produsele convenționale.

În România se produce în principal miere, vin și produse de panificație bio. Pukka Food, unde lucrează trei angajați, comercializează produse bio luate direct de la micii producători români, dar și de la producători din străinătate. Jumătate din produsele importate sunt luate direct de la producătorii din străinătate.

Gama de produse este un mix între produsele alimentare, cosmetice și de întreținere. Cele mai vândute produse sunt halvaua cu miere și migdale, crema de ciocolată neagră, pasta tartinabilă din semințe de susan și făina albă fără gluten.

Pe lângă magazinul din parcul Cișmigiu, cele două antreprenoare au dezvoltat și un magazin online, pukkafood.ro. Mai mult, ele își doresc să dezvolte și un bistro bio.

Compania care administrează magazinul Pukka Food a avut anul trecut o cifră de afaceri de circa 563.000 de lei (134.000 euro) și pierderi de 55.000 de lei (13.000 euro), potrivit datelor de la Ministerul de Finanțe.

"Am recuperat foarte puțin din investiția inițială. Când se va recupera? Este o întrebare pe care mi-o pun și eu tot mai des în ultima vreme. Nu se întrezărește curcubeul. Am citit însă că la Londra Whole Foods Market a devenit profitabil abia după patru ani de zile. La Londra - Whole Foods! Iar mă îmbăt cu ceai de mușețel."

Știri din mediafax.biz exclusiv:

Cuvinte cheie:

[produse alimentare și cosmetice BIO](#)

, [Pukka Food](#)

Vizualizari:

1041

[Printeaza](#)

Mirabela Tiron

Redactor Ziarul Financiar

(+4) 0318.256.273

(+4) 0765.543.465

Email: mirabela.tiron@zf.ro

"Premiaza cel mai frumos an din ultimii 20 si sarbatoreste istoria alaturi de Mediafax!"

www.mediafax.ro/20ani