



# AREI

**A** - aktuāli **R** - radoši **E** - efektīvi **I** - inovatīvi

## **Vietējo pārtikas produktu veicināšanas un aizsardzības pasākumi Eiropas Savienības valstīs**

**proj.nr.24-00-SOINZ03-000010**

2024.gada maijs – novembris

Asoc.prof., Dr.oec. Ingūna Gulbe

[www.arei.lv](http://www.arei.lv)



# Pētījuma mērķis, uzdevumi un metodoloģija

## Pētījuma mērķis:

Izvērtēt pārtikas produktu veicināšanas un aizsardzības pasākumus ES valstīs, lai palīdzētu Latvijas pārtikas produktu noieta veicināšanā, kā arī aizsargāt vietējā tirgū.

## Darba uzdevumi:

Identificēt un izvērtēt piecu ES dalībvalstu:

- piemērotos vietējās pārtikas veicināšanas un aizsardzības pasākumus;
- mazumtirgotāju un arī sabiedrisko organizāciju īstenotos vietējās pārtikas veicināšanas un aizsardzības pasākumus;
- vietējās pārtikas veicināšanas un aizsardzības pasākumu ekonomisko ietekmi ES valstīs, tostarp, vai tie ierobežo importu, vai arī veicina vietējās pārtikas noieta;
- īstenoto pasākumu ietekmi uz pārtikas produktu cenām mazumtirdzniecībā;
- piemēroto pasākumu saderību ar ES tiesību aktiem par vienoto tirgu un konkurences tiesībām;
- Latvijā visefektīvāk piemērojamos vietējās pārtikas veicināšanas vai aizsardzības pasākumus.

## Metodoloģija:

Pētījumā izmantotas kvantitatīvās un kvalitatīvās pētniecības metodes, tostarp apkopojot primāros datus – veikta iedzīvotāju aptauja ar >1000 respondentiem, kā arī intervijas ar 45 Latvijas pārtikas ražošanas uzņēmumiem.

# Vietējais pārtikas tirgus un īsās piegādes ķēdes

## Vietējais pārtikas tirgus:

ES līmenī nav juridiski definēts. Tādējādi ir pieejams dažādām interpretācijām, taču lielākoties to izvērtē balstoties uz **ģeogrāfiskās atrašanās vietas principu**. Zinātnieki piedāvā:

<b>Vietējais</b>	1-10 km
<b>Reģionālais</b>	11-100 km
<b>Nacionālais</b>	101 – 1000 km

Terminu "vietējais" nostāda pretī **"globālais"** pārtikas tirgus, kas apvieno ražotājus, pārstrādātājus un izplatītājus no dažādām valstīm un kontinentiem.

75% **Latvijas iedzīvotāji** ar terminu "vietējais" saprot Latvijā audzētu un ražotu pārtiku. Toties atšķiras viedokļi, vai "vietējais" produkts ir arī tad, ja īpašnieki nav no Latvijas.

## Īsās piegādes ķēdes:

Ir definēts ES likumdošanā, balstoties uz **izplatīšanas procesā iesaistīto pušu skaitu** jeb kā ražotāja tiešo pārdošanu patērētājam, piegādes ķēdē ietverot maksimāli tikai vienu starpnieku.

Galvenie īso piegādes ķēžu izplatīšanas kanāli:

<b>Tiešā pārdošana patērētājam</b>	<b>Tiešā pārdošana mazumtirdzniecībā</b>
Pārdošana pie lauksaimnieka	Pircējiem piederošs pārtikas mazumtirdzniecības kooperatīvs
Zemnieku tirdziņi	Vietējie neatkarīgie mazumtirgotāji (bez loģistikas centra iesaistes)
Piegādes kastes	Restorāni, kafējnīcas
Kopienas atbalstīta lauksaimniecība	Publiskās sabiedriskās iestādes (skolas, slimnīcas, cietumi)

# Vietējā un globālā pārtikas tirgus veicināšanas instrumenti

ES dalībvalstīs vēsturiski ir gan atbalstīts vietējais pārtikas tirgus, gan arī reizē globālais pārtikas tirgus. Vietējais pārtikas tirgus ir lielākoties atbalstīts ar Reģionālo attīstības politiku, kamēr globālais tirgus ar eksportu.

## **ES politikas, kas atbalsta vietējās un globālās pārtikas ķēdes**

	Vietējais pārtikas ķēdes	Globālās pārtikas ķēdes
<b>Publiskais sektors</b>	Publiskais iepirkums	Ražotāju atbalsta pasākumi (piem. <i>de minimis</i> )
	Geogrāfiskās izcelsmes norādījums	Eksporta atbalsts
	Marķējums – bio vai kvalitātes	Valdības atbalsts ārvalstu investīcijām lauksaimniecībā un pārtikas ražošanā
	Tiešo pārdošanas kanālu (īso piegādes ķēžu) stiprināšana	
<b>Privātais sektors</b>	Reģionālo un nacionālo produktu pārdošanas veicināšana to lielākajā pārdošanas sezonā	Ilgspējības standarti uzņēmumam pret uzņēmumu
	Marķējums, kas norāda informāciju par transportēšanas garumu un/vai ilgtspējību	Eksporta attīstība
	Tiešo pārdošanas kanālu (īso piegādes ķēžu) stiprināšana	Ārvalstu investīcijas lauksaimniecībā un pārtikas ražošanā

# Vietējā pārtikas tirgus veicināšanas un aizsardzības instrumenti ES valstīs

## Zaļā publiskā iepirkuma (ZPI) kritēriju salīdzinājums ES valstīs

ZPI kritērijs	DE	FR	IT	SP	NL	SE
Bioloģiski audzēti produkti	✓ Obligāti	✓ Obligāti	✓ Obligāti	✓ Obligāti tikai Barselonā	✓ Tiek veicināts	✓ Tiek veicināts
Sezonālie produkti	✓ Tiek veicināts	✓ Obligāti	✓ Obligāti	✓ Obligāti tikai Barselona	✓ Obligāti	✓ Tiek veicināts
Īsās piegādes ķēdes	✓ Tiek veicināts	✓ Obligāti	✓ Obligāti	✓ Obligāti tikai Barselona	✓ Tiek veicināts	✓ Tiek veicināts
Atbalsts MVU (piemēram, iepirkuma sadalīšana mazākos apjomos, vienkāršotas iepirkuma procedūras)	✓ Obligāti	✓ Tiek veicināts	✓ Obligāti	✓ Tiek veicināts tikai Barselona	✓ Tiek veicināts	✓ Tiek veicināts

# Vietējā pārtikas tirgus veicināšanas un aizsardzības instrumenti ES valstīs

## Zaļā publiskā iepirkuma (ZPI) kritēriju salīdzinājums ES valstīs

Itālijā – minimālie vides kritēriji	Francijā – īsās piegādes ķēdes	Vācijā – ilgtspējīga pārtika, klimata neitralitāte	Spānijā – īsās piegādes ķēdes un MVU atbalsts Barselonā
<ul style="list-style-type: none"> <li>Minimālie vides kritēriji (CAM) ir obligāti visiem publiskajiem iepirkumiem.</li> <li>Sabiedriskās ēdināšanas iepirkumos tiek uzsvērti bioloģisko un sezonālo produktu izmantošana, lai samazinātu loģistikas ietekmi un uzlabotu uzturvērtību.</li> <li>Papildu prasības: atkritumu samazināšana, pārtikas pārpalikumu novēršana un dzīves cikla analīze.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>50% pārtikas sabiedriskajā ēdināšanā jābūt no īsajām piegādes ķēdēm, 20% – bioloģiskai.</li> <li>Pašvaldībām jāizstrādā vietējās pārtikas projekti, veicinot tiešu sadarbību ar lauksaimniekiem.</li> <li>Plāns 2022–2025. gadam paredz:             <ul style="list-style-type: none"> <li>dzīves cikla analīzes un vides sertifikātu izmantošanu;</li> <li>apmācību programmas iepirkumu organizatoriem;</li> <li>platformas, piemēram, RAPIDD, kas palīdz vietējiem ražotājiem piekļūt publiskajiem iepirkumiem.</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fokuss uz ilgtspējīgas pārtikas iepirkumi un klimata neitralitāte</li> <li>Nacionālais kompetences centrs publiskajam iepirkumam sniedz atbalstu, lai nodrošinātu pārtikas iepirkumu ilgtspējību, palīdzot ieviest emisiju samazināšanu un atkritumu mazināšanu.</li> <li>Publiskajos iepirkumos priekšroka:             <ul style="list-style-type: none"> <li>Bioloģiskiem un zemu emisiju produktiem</li> <li>Dzīves cikla izmaksu analīzei.</li> <li>Produktiem no ilgtspējīgas lauksaimniecības vai ar Eiropas Ekomarkējumu</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ekoloģiskā publiskā iepirkuma plāns 2018–2025 veicina bioloģiskus un sezonālus produktus, samazinot atkritumus un piegādes attālumu.</li> <li>Barselonas iepirkumu stratēģija paredz:             <ul style="list-style-type: none"> <li>50% publisko iepirkumu pārtikas jābūt no īsajām piegādes ķēdēm</li> <li>Vienkāršotas iepirkumu prasības MVU.</li> </ul> </li> </ul>

# Vietējā pārtikas tirgus veicināšanas un aizsardzības instrumenti ES valstīs

## Ilgspējīgās un bioloģiskās lauksaimniecības valsts atbalsts

Ilgspējīgai lauksaimniecības praksei un bioloģisko produktu ražošanai ir vienots mērķis – samazināt nozares ietekmi uz vidi, vienlaikus nodrošinot pārtikas drošību un ekosistēmas uzturēšanu ilgtermiņā. Galvenie atbalsta instrumenti ietver:

- **Subsīdijas ilgtspējīgas lauksaimniecības un pārtikas ražošanas praksei**
- Mehānismus **ekosistēmu atjaunošanai un saglabāšanai**
- **Nodokļu samazināšana / palielināšana** veselīgākiem / mazāk veselīgiem pārtikas produktiem.  
Piemēram, Vācija ir noteikusi maksimālos ierobežojumus kofeīna un taurīna koncentrācijai enerģijas dzērienos. Dānijā tiek piemērots papildu nodoklis produktiem ar augstu piesātināto tauku saturu, kā arī liellopu gaļai. PVN samazināšana bioloģiskajiem dārzeņiem un augļiem

# Vietējā pārtikas tirgus veicināšanas un aizsardzības instrumenti ES valstīs

## Ilgspējīgās un bioloģiskās lauksaimniecības valsts atbalsts (turp.)

- **Pārdošanas ierobežojumi** veselīgākiem / mazāk veselīgiem pārtikas produktiem.  
Esošie ES likumi vairāk attiecas uz alkoholiskajiem dzērieniem un bērnu mērķauditoriju, taču iespējams paplašināt.
- **Cenu aizsardzību vietējiem ražotājiem**, pielāgojot ES Direktīvu 2019/633 par negodīgu tirdzniecības praksi lauksaimniecības un pārtikas piegādes ķēdēs. Gan Francijā, gan Beļģijā noteikts, ka pārdošanas cena nevar būt zemāka nekā iepirkuma cena, ja vien tas nav skaidri norādīts līgumā. Arī Spānijā un Nīderlandē mazumtirgotājiem nav atļauts pārdot lauksaimniecības (pārtikas) produktus ar zaudējumiem, izņemot preces, kas ātri bojājas.
- **Mārketinga un sabiedrības informēšanas kampaņas**



# Vietējā pārtikas tirgus veicināšanas un aizsardzības instrumenti ES valstīs

## Vispārējās pārdošanas noteikumi Francijā un to salīdzinājums ar citām ES valstīm



Noteikumi	FR	BE	DE	SP	NL
Vispārējie pārdošanas noteikumi (VPN)	✓	✓	X Atšķiras	Labās prakses kods	X Atšķiras
Piegādātāja VPN - pamats sadarbības komercsarunām	✓	X	X	X	X
Atbildes laiks piegādātāja VPN lauksaimniecības produktiem	✓ (1 mēn.)	X	X Atšķiras	X	X Atšķiras
Prasība parakstīt vienošanos starp lauksaimniecības produktu piegādātāju un mazumtirgotāju	✓	X	X	✓ Līgumiem virs €1000	X
Obligātās prasības / nosacījumi līguma saturam	✓	X	X	✓	X
Ikgadēji noteikti datumi komerciālo līgumu parakstīšanai	✓	X	X	✓	X
Aizliegums vienoties par cenām, nepiedāvājot kompensāciju	✓	Ja nesamērīgi (2% no pārdošanas apjoma valstī)	X	Labās prakses kods	X
Paziņojums par līgumu izbeigšanu	✓ (>18 mēn.)	✓ (nav noteikts, praksē līdz 36 mēn.)	✓ (1-6 mēn.)	✓ (>6 mēn.)	X
Aizliegums pārrunāt noteikumus ārpus ikgadējām sarunām	✓	X	X	Jāparedz līgumā	X
Aizliegums pārdot lauksaimniecības produktus ar zaudējumu	✓	✓	X	Atļauts mazumtirdzn.	Atļauts mazumtirdzn.

# Vietējā pārtikas tirgus veicināšanas un aizsardzības instrumenti ES valstīs

## Vispārējās pārdošanas noteikumi (VPN)

Lielākajā daļā ES valstu piegādātāji un mazumtirgotāji drīkst brīvi atjaunot savstarpējās sadarbības līgumus pēc nepieciešamības. Izņēmums ir Francija (daļēji arī Beļģija un Spānija), kur ir spēkā VPN, kas paredz šādu līgumu atjaunošanu lielākoties ik gadu.

Tomēr Francijas pētījumā atklāts, ka šie stingrie noteikumi neveicina labu sadarbības klimatu starp iesaistītajām organizācijām, kā arī nav nodrošinājis mērķi

### *Francijas VPN regulējuma shēmas kopsavilkums*

Juridiskais ietvars	Līgumā iesaistītās puses	Līguma noslēgšanas termiņi	Līguma apjoms	Sodi
Lauksaimniecības un pārtikas tirdzniecības komerciālo attiecību likums ( <b>Egalim</b> )	Mazumtirgotājs un ražotājs (piegādātājs)	Parasti ik gadu: Līdz 1.decembrim ražotājiem jāiesniedz savas prasības; Līdz 1.martam jānoslēdz kopējās sadarbības sarunas	Jebkāds – attiecas arī uz maziem iepirkumiem	Par pārmērīga spiediena radīšanu uz lauksaimniekiem cenu noteikšanas procesā Par pēkšņu sadarbības pārtraukšanu: < EUR 5 mln Par līgumu nenoslēgšanu noteiktajā termiņā: < EUR 1 mln vai < 2% no apgrozījuma Par loģistikas pārkāpumiem: < 2% no attiecīgās produktu kategorijas pasūtīto preču vērtības

# Vietējā pārtikas tirgus veicināšanas un aizsardzības instrumenti ES valstīs

## Nacionālās pārtikas stratēģijas

Vairākās ES valstīs (Francijā, Vācijā, Spānijā) ir izveidotas nacionālās pārtikas stratēģijas, lai radītu vienotu skatījumu uz pārtikas nozares attīstību, apvienojot dažādus aspektus no lauksaimniecības politikas, sabiedrības veselības politikas, pārtikas drošības politikas un vides politikas, kā arī nosakot konkrētas attīstības prioritātes.

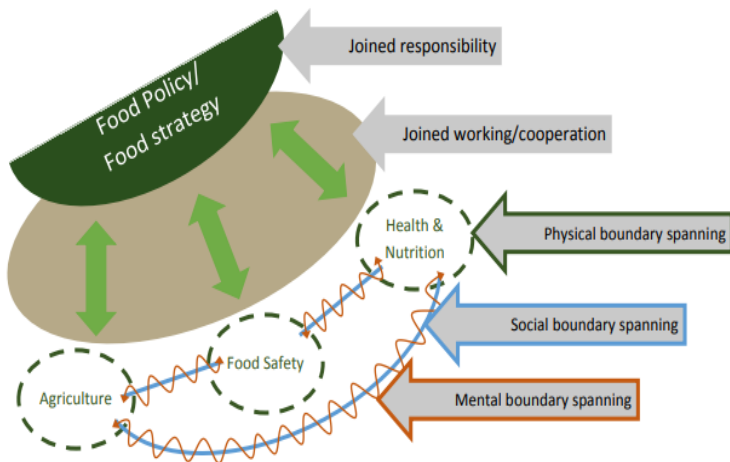


Figure 6 - Towards an Integrated Food Policy

## Īso piegādes ķēžu atbalsts

Sekmējot īso piegādes ķēžu atbalstu, vienlaikus **var stiprināt vietējo lauksaimniecības un pārtikas ražotāju ietekmi tirgū, kā arī** veicināt ciešāku patērētāju iesaisti un **informētību par vietējo pārtikas kultūru.**

- Francijā sabiedriskajās ēdināšanās vismaz 50% no visa iepirktā produktu apjoma ir jāiegādājas no īsajām piegādes ķēdēm.
- Itālijā 40% no iedzīvotājiem iepērkas **tirgos**, kas tiek definēti kā vietas, kurās **var pārdot tikai lauksaimnieki.**

## Vietējo produktu marķējumi

Vietēji ražotās pārtikas atpazīstamības veicināšanai vairumā ES valstu ir izveidoti atsevišķi produktu marķējumi. Šādi marķējumi **veicina pieprasījumu**, patērētāju **uzticību un informētību**, kā arī atvieglo produktu identifikāciju. Katram no tiem nereti ir dažādas sertifikācijas prasības (piemēram, cik lielā mērā produkta ražošanas procesam vai izejvielām ir jābūt balstītam uz vietējiem resursiem).



# Vietējā pārtikas tirgus veicināšanas un aizsardzības instrumenti ES valstīs

## Itālijas "Made in Italy" likums

- Itālijā **atbalsts programmai "Made in Italy" tiek nodrošināts likumdošanā**, kas pieņemts 2023.gada nogalē
- Pārvalda *Uzņēmējdarbības un "Made in Italy" ministrija*, kas tā pārsaukta 2022.gadā
- Tiek nodrošināta "Made in Italy" produktu pārraudzība un veicināta to attīstība. Noteiktas sankcijas gan ražotājiem, gan patērētājiem par viltojumu iegādi, tāpat arī neļaujot veidot mārketinga sasaisti ar Itāliju, ja produkts nav ražots Itālijā
- Sabiedriskās ēdināšanas speciālistu izglītošanas programmas par sieriem, īpaši par ģeogrāfiskās izcelsmes produktiem
- Intensīvi tiek reklamēti Itālijas pārtikas produkti starptautiskajās sacensībās, kas notiek Itālijā
- 2022.gadā Itālija eksportēja pārtikas produktus 60 miljardus EUR vērtībā, kur "Ražots Itālijā" produkti bija 71% no eksporta vērtības



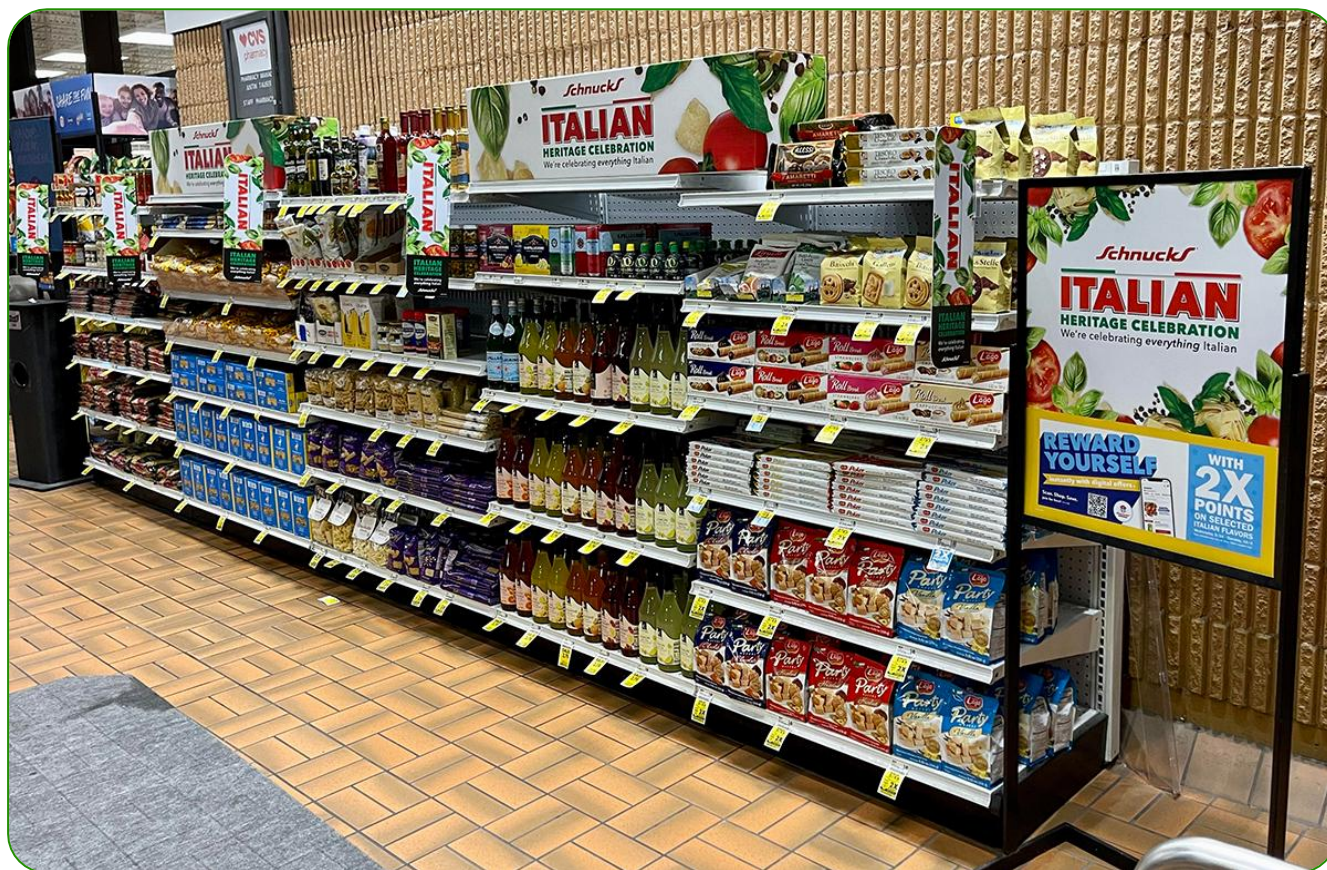
Ministero delle Imprese  
e del Made in Italy





# Vietējā pārtikas tirgus veicināšanas un aizsardzības instrumenti ES valstīs: Piemēri

*ASV: Stends ASV lielveikalā ar Itālijā ražotiem pārtikas produktiem "Itālijas dienu" ietvaros*



*Katara: Itālijā ražotu pārtikas produktu kampaņas "Lets Eatalian" stendi Lulu Group tīkla lielveikalā*

# Mazumtirgotāju aktivitātes vietējās pārtikas atbalstam ES valstīs

Centrā - Pircējs		
Cena	Produktu prezentācija	Personāls
Vietēji ražotu produktu <b>cenu samazināšana</b> , mazumtirgotājiem attīstot <b>privāto zīmolu līnijas</b>	Bioloģiski audzētu un vietēji ražotu produktu <b>marķējumi</b> un atsevišķu <b>tirdzniecības aiļu ierīkošana</b>	Darbinieku apmācība, nodrošinot regulāru produktu <b>kvalitātes pārbaudi</b> un <b>pievilcīgu prezentāciju</b>
Produktu piedāvājums	Pārdošanas veicināšanas aktivitātes	Vieta
<p><b>Vietējo produktu piedāvājuma paplašināšana mazumtirdzniecībā</b> (daļa mazumtirgotāju lepojas ar vietēji audzēto produktu)</p> <p><b>Vietēji audzētu bioloģisko produktu piedāvājuma paplašināšana</b> (Francijas Carrefour bioloģisko produktu līnijā 80% ir vietēji ražoti; Vācijā sadarbojas ar vietējām asociācijām)</p> <p><b>Sadarbības stiprināšana ar citām iesaistītajām pusēm</b> pārtikas ražotājiem, asociācijām un mazumtirgotājiem (piemēram, Zviedrijā un Nīderlandē – slēdzot ilgtermiņa līgumus ar ilgtspējīgas lauksaimniecības kritērijiem)</p>	<p><b>Informatīvo kampaņu rīkošana</b> par vietēji audzētiem un ražotiem, tostarp bioloģiskajiem produktiem</p>	<p><b>Sadarbības veidošana ar īsajās piegādes ķēdēs iesaistītajiem ražotājiem</b> (piemēram, vietēji audzētu tomātu 0 km piegādes līgumi Spānijā un Zviedrijā, arī 30km līgumi Vācijā un 50km līgumi Francijā)</p>



# Vietējo uzņēmumu pārdošanas veicināšana: Piemēri

*Spānija: Norāde lielveikalā par 0 km jeb vietēji audzētiem tomātiem*



*Francija: Mazumtirdzniecības tīkls "Carrefour" ar īpašām papildu prezentācijas atzīmēm norāda uz produktu vietējo izcelsmi*

# Vietējo uzņēmumu pārdošanas veicināšana: Piemēri



*Francija: Mazumtirdzniecības tīkla "Carrefour" privātā zīmola "Carrefour Bio" produktiem tiek pievienoti ražotāju attēli*

*Zviedrija: Vizuālais materiāls Erebrū reģionā organizētam ES līdzfinansētam projektam "Ēd vietējo - atbalsti savas saknes!"*





# ES piemēroto pasākumu saderība ar ES tiesību aktiem

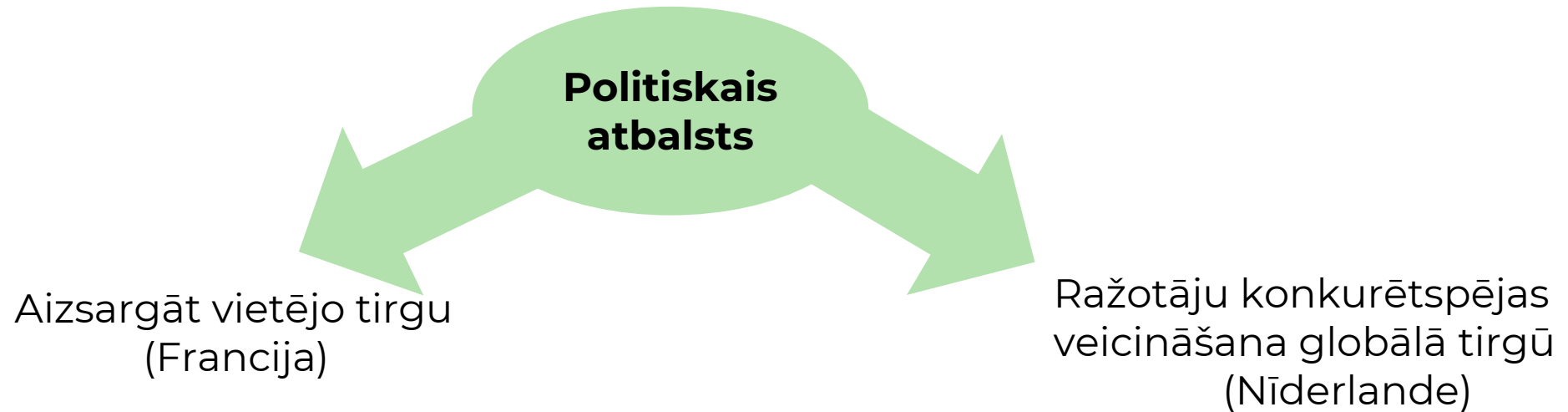
## Nozīmīgākie vispārējie tiesību akti ES valstīs

<p><b>Vienotais tirgus un brīvā preču aprīte</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pamatlīgums par ES darbību uzsvē ES vienotā tirgus koncepciju, kas balstās uz brīvu preču, personu, pakalpojumu un kapitāla aprīti. (Stingri ievēro ES Tiesa)</li> <li>• Tomēr dalībvalstīm ir atļauts pieņemt saistošus noteikumus, kur ES nav īstenojusi savu kompetenci. Tāpat arī dalībvalstīm ir piešķirta tiesība noteikt izņēmumus, lai aizsargātu sabiedrības morāli, politiskās intereses un drošību, ja izņēmumi nav pamatoti ar ekonomiskiem apsvērumiem un nav diskriminējoši.</li> <li>• Valsts atbalsta regulējums ES</li> </ul>
<p><b>Pārtikas produktu sastāvs un marķēšana</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Galvenokārt <u>ES līmeņa tiesību akti</u>, kas regulē pārtikas produktu sastāvu un informācijas marķēšanu, tostarp 2002. gada Vispārīgais pārtikas aprītes likuma regula, 2006. gada Regula par pārtikas produktu norādēm un 2011. gada Regula par pārtikas produktu informāciju patērētājiem.</li> <li>• Savukārt pārtikas produktu sastāvdaļu maksimālā pieļaujamais daudzums noteikts, balstoties uz 2021.gada brīvprātīgo Rīcības kodeksu. (var tikt izmantots neveselīgu produktu papildus nodokļu ieviešanai)</li> </ul>
<p><b>Pārtikas nodokļu regulējums un cenu ierobežojumi</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Galvenokārt <u>nacionāla līmeņa regulējumi</u>, kas ievieš papildu nodokļus neveselīgai pārtikai vai, gluži pretēji, nodokļu samazinājumu veselīgai pārtikai.</li> <li>• Vienlaikus, Eiropas Komisija ir norādījusi, ka šādus nodokļus varētu izmantot arī, lai samazinātu bioloģisko augļu un dārzeņu cenu.</li> <li>• Retāk ieviesti regulējumi, kas nosaka cenu ierobežojumus produktu pārdošanai zem pašizmaksas</li> </ul>
<p><b>Pārtikas reklāmas ierobežojumi</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Galvenokārt <u>nacionāla līmeņa regulējumi</u>, kas nosaka reklāmas ierobežojumus (it īpaši attiecībā uz alkohola produktiem vai saldinātiem produktiem bērnu mērķauditorijai). Šajā kontekstā iekļaujami arī ierobežojumi attiecībā uz produktu pārdošanu konkrētās vietās vai cenu atlaižu piedāvājumu.</li> </ul>

# Nozīmīgākie faktori, kas ietekmē mazumtirdzniecības cenas ES valstīs

Faktors	Valsts ietekme
1. Produkta cena pasaules tirgū	X
2. Ražošanas izmaksas	✓
3. Mazumtirdzniecības koncentrācijas līmenis	✓
4. Patērētāju pirktspēja	✓
5. Kopējais tirgus pieprasījuma apjoms	X
6. Ražotāju koncentrācijas līmenis	✓
7. Nodokļu slogs	✓
8. Vēsturiskās cenas	X
9. Valsts atbalsts lauksaimniekiem	✓
10. Lojalitāte produkta zīmolam	X

# Kopējais ES dalībvalstu situācijas kopsavilkums



- Vēsturiski politiskais atbalsts ir uzsvaru licis vai nu aizsargāt vietējo tirgu kā to darījusi ir Francija, vai ražotāju konkurētspējas veicināšanas attīstība globālajā tirgū kā Nīderlande
- **Ja 2000s gados Francija bija 2. lielākā pārtikas eksportētāja pasaulē aiz ASV, tad šobrīd ir vairs 6.tajā vietā pasaulē, zaudējot Nīderlandei un Vācijai.**
- Tādējādi koncentrējoties uz vietējo tirgu, Francijas pārtikas nozare ir kļuvusi nekonkurētspējīga (atzīts jau 2018.gadā, taču 2024.gadā tas jau ievērojami atpaliek). Tāpat mazumtirdzniecības cenas ir vidēji 10% augstākas nekā citās kaimiņvalstīs. Lai atgūtu konkurētspēju pasaulē ir nepieciešamas būtiskas investīcijas nozares attīstībā, produktivitātes pieaugumā, utt.

# Latvijas pārtikas nozare un tās konkurētspēja

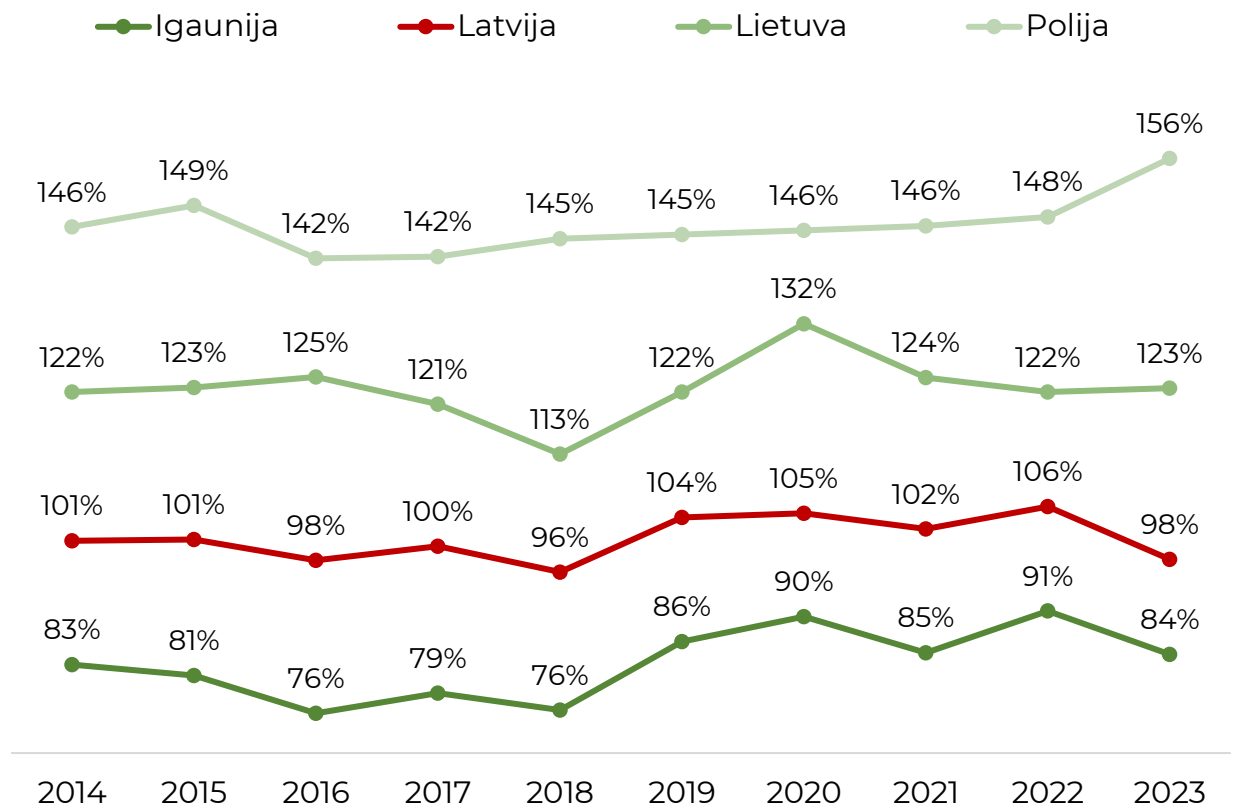
## Pārtikas nozares konkurētspēja

Starp Baltijas valstīm un Poliju, Latvijai ir otra vājākā ārējās tirdzniecības bilance pārtikas produktiem un dzērieniem, apsteidzot vienīgi Igauniju.

Pēc 2023.gada datiem, **eksporta vērtības attiecība pret importa vērtību Latvijā bija 98%**, kamēr Lietuvā un Polijā – attiecīgi 123% un 156%. Tieši Lietuvas un Polijas pārtikas produkti ir tie, kas veido lielāko konkurenci Latvijas ražotājiem vietējā tirgū.

Tāpat vidējais Latvijas pārtikas nozares uzņēmums apgrozījuma ziņā ir 1.5 - 2 reizes mazāks nekā Lietuvas uzņēmums.

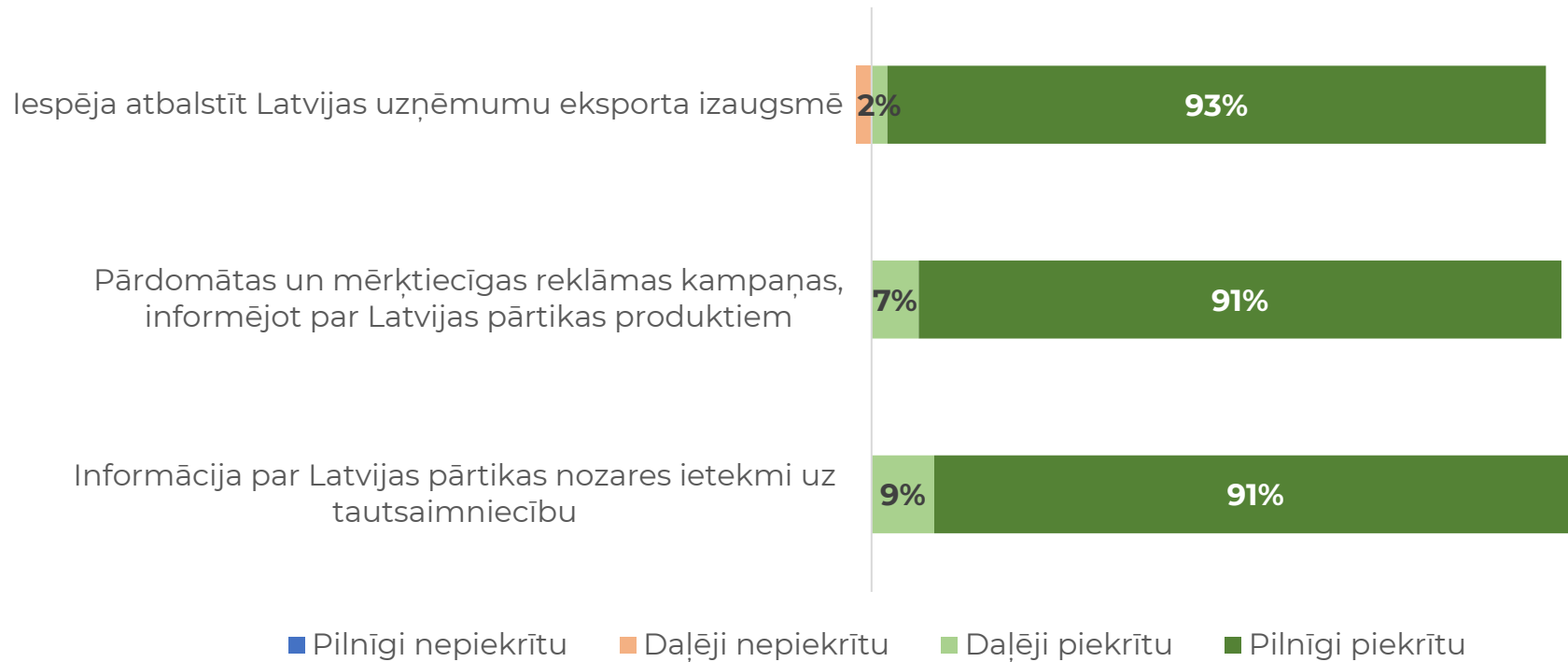
*Pārtikas un dzērienu eksporta / importa vērtības procentuālā attiecība Baltijas valstīs un Polijā, %*



# Latvijas pārtikas nozare un tās konkurētspēja

Lielākā daļa (94%) Latvijas pārtikas ražotāju uzskata, ka galvenais instruments Latvijas konkurētspējas stiprināšanai ir **eksporta veicināšana**.

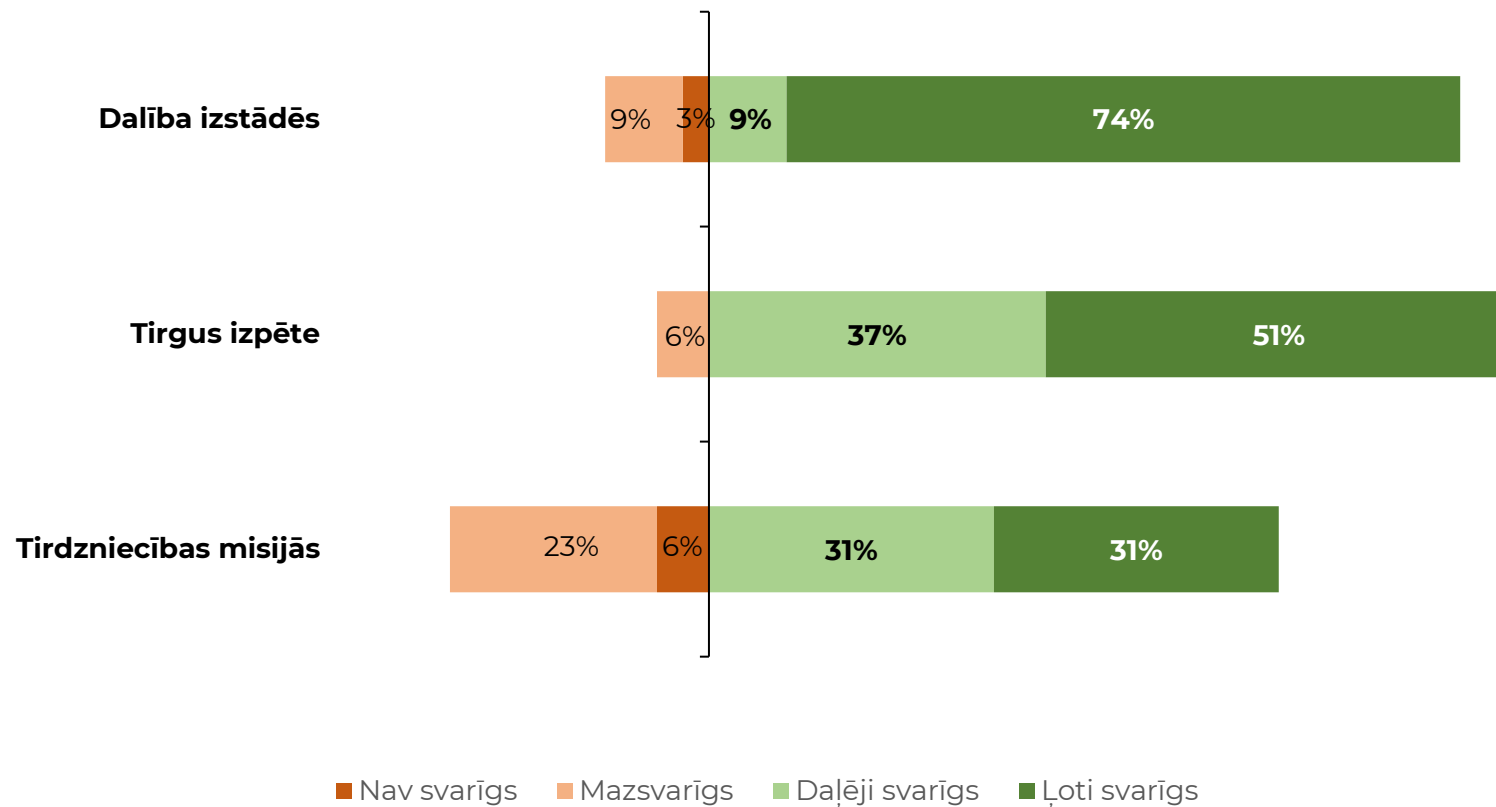
***Pārtikas ražotāju atbildes jautājumam: Kas būtu jānodrošina, lai Latvijas iedzīvotāji izvēlētos Latvijā ražotus pārtikas produktus?***



# Latvijas pārtikas nozare un tās konkurētspēja

*Pārtikas ražotāju atbildes jautājumiem:*

*novērtējiet valsts atbalsta instrumentu nozīmīgumu jūsu konkurētspējas nodrošināšanai eksporta tirgos?*



# Latvijā izvērtējamie vietējās pārtikas veicināšanas un aizsardzības pasākumi

## Valsts līmenī

- Normatīvajos aktos, plānošanos dokumentos un finansējuma sadalē likt uzsvaru uz šādiem aspektiem:
  - Īso piegāžu ķēžu attīstība
  - Nišas pārtikas produktiem
  - Pārtikas nozares eksporta programmu
- Papildināt esošās "Pārtikas padomes" skatījumu ar **ilgtspējas jautājumu risināšanu** vai arī izveidot jaunu "Ilgtspējīgas pārtikas padomi"
- Turpināt **ieguldīt eksporta attīstībā**, lai attīstītu **apjomradītu** ekonomiku, tostarp:
  - Veicot ārējo tirgu izpēti un piedaloties izstādēs
  - Veicot mārketinga aktivitātes starptautiskajos mērķa tirgos, pozicionējot Latviju kā modernas, ilgtspējīgas pārtikas ražotājvalsti
- **Atbalstīt/reklamēt dažādas īsās piegādes ķēdes formas**, piemēram, Latvijas lauksaimnieku tirdziņus, **kā arī īsajās piegādes ķēdēs iesaistītās puses**, tostarp sabiedriskās ēdināšanas iestādes un mazumtirgotājus, kas noteiktos apjomos iepērk / tirgo šādus pārtikas produktus. Sabiedriskās ēdināšanas speciālistu izglītošanas programmas par tradicionālajiem Latvijas produktiem un to lietošanu
- Papildināt Nacionālās pārtikas kvalitātes shēmu, vai izveidot jaunu, kas **apliecinātu īsās piegādes ķēdes**

# Latvijā izvērtējamie vietējās pārtikas veicināšanas un aizsardzības pasākumi

## Zaļā publiskā iepirkuma (ZPI) veicināšanai

- Izveidot **vienotu digitālo platforma** ar informāciju **par vietējiem ražotājiem un produktu atbilstību ZPI kritērijiem**, kas palīdzētu veikt potenciālo tirgus izpēti iepirkumu veicējiem;
- Apsvērt **dinamisko iepirkumu sistēmu izveidi** vietēji un sezonāli audzētu dārzenų iegādei;
- Turpināt apmācības **izpratnes uzlabošanai par ZPI kvalitātes kritēriju piemērošanu** un dzīves cikla izmaksu analīzi un ZPI nozīmīgumu vietējā ekonomikā;
- **Pārstrukturēt iepirkumus mazākās daļās MVU atvieglotai dalībai iepirkumos**, kā arī jāparedz elastīgi līgumu noteikumi, kas ļautu organizācijām pielāgoties sezonālajām vajadzībām un mainīgiem apjomiem. **Iespēja veikt cenu aptauju ĪPK ietvaros, neatkarīgi no iepirkuma summas**
- Izveidot **reģionālas loģistikas un sadarbības platformas MVU atvieglotai dalībai iepirkumos**, līdzīgi, kā tas notiek Vācijā un Nīderlandē. Šādas platformas ļauj ražotājiem kopīgi izmantot resursus un optimizēt piegādes ķēdes;
- Papildināt MK noteikumus Nr.353, **ZPI prasībās nosakot nepieciešamību nodrošināt īsās pārtikas ķēdes** pārtikas produktiem vai grupām, īpaši attiecinot to uz sezonālajām prasībām. Tāpat arī apsvērt papildinājumus, kas noteiktu iepirkuma izvērtēšanā vismaz 60% no kritēriju svara pieskirt produktiem no īsajām piegādes ķēdēm ar bioloģisko sertifikāciju un Nacionālās pārtikas kvalitātes shēmas (NPKS) marķējumu.



# Latvijā izvērtējamie vietējās pārtikas veicināšanas un aizsardzības pasākumi

## Mazumtirgotāju līmenī

- **Veidot publiski pieejamu Labās prakses kodeksu**, kas noteiktu sadarbības formu starp mazumtirgotāju un ražotāju, kā arī aicināt uzņēmumus parakstīties par tā pieņemšanu
- **Attīstīt 0 km vai citu īso ķēžu piegādes formas**, tostarp paredzot tiem atsevišķas tirdzniecības plauktu vietas
- **Brīvprātīgi noteikt īpatsvaru no īsajām piegādes ķēdēm** konkrētās produktu grupās
- Turpināt **sabiedrības izglītošanas kampaņas** par veselīgas, vietēji ražotas pārtikas un īso pārtikas ķēžu lomu
- Attīstīt **ilgtermiņa iepirkumu no vietējiem ražotājiem**, tādējādi nodrošinot vietējo produktu pieejamību

# Latvijā izvērtējamie vietējās pārtikas veicināšanas un aizsardzības pasākumi

## Sabiedrisko organizāciju līmenī

- Apsvērt atbalstu **vienotas organizācijas izveidei**, kas rūpētos par ilgtspējīgas pārtikas, t.sk. īso piegādes ķēžu veicināšanu
- Izveidot **vietējās pārtikas atbalsta centru**, kas vietējiem lauksaimniekiem un citiem pārtikas ražotājiem sniegtu konsultācijas, organizētu ZPI apmācības un apvienotu vietējās kopienas kopīgai dalībai iepirkumos vai piegādē
- **Nodrošināt atbalstu mazajiem pārtikas ražotājiem** piedāvājuma paplašināšanas, pārdošanas un sadarbības aktivitātēs
- **Izveidot digitālo platformu un kartes ar informāciju par vietējiem pārtikas ražotājiem**, tirgiem un iepirkumiem, tādējādi uzlabojot īsās piegādes ķēdes un veicinot vietējo produktu pieejamību
- Ieguldīt **mērķtiecīgās ilgtermiņa mārketinga aktivitātēs**, kas palielinātu vietēji ražotas pārtikas vērtību un veicinātu patēriņu.
- Nepieciešams nodrošināt Ilgtspējas sertifikāta pieejamību



**Paldies par uzmanību!**