



Impactul pandemiei COVID-19 asupra industriei cărnii în România

The impact of the COVID-19 pandemic on the meat industry in Romania

Alexandra Diana Chirescu

Faculty of Agrifood and Environmental Economics, Bucharest University of Economic Studies, Bucharest, Romania, chirescualexandra18@stud.ase.ro

Rezumat: Industria cărnii reprezintă una dintre cele mai importante filiere din sectorul alimentar, situându-se pe locul patru în ceea ce privește producția de alimente proaspete, respectiv 224 milioane de tone în anul 2020. Înaintea izbucnirii pandemiei de COVID-19, industria cărnii prospera, încrederea consumatorilor în produsele aflate pe piață era ridicată, iar din punct de vedere financiar, nu existau probleme. Odată cu declanșarea pandemiei, au început să apară dificultăți pentru toate filierele din sectorul alimentar, inclusiv pentru industria cărnii. Atât din punctul de vedere al consumatorilor, cât și al producătorilor, standardele de igienă și de calitate din industria cărnii au crescut. Deși cumpărăturile online au înregistrat un trend ascendent în ultimul an, în ceea ce privește dezvoltarea unui astfel de sistem de desfacere pentru industria cărnii este dificilă. Astfel, acest articol își propune să analizeze evoluția interesului pentru industria cărnii în perioada ianuarie-decembrie 2020, dar și evoluția pieței cărnii.

Cuvinte cheie: pandemie, industria cărnii, analiză cantitativă

Abstract: The meat industry is one of the most important sectors in the food sector, ranking fourth in terms of fresh food production, respectively 224 million tonnes in 2020. Before the outbreak of the COVID-19 pandemic, the meat industry prospered, confidence consumers in the products on the market was high, and from a financial point of view, there were no problems. With the onset of the pandemic, difficulties began to arise for all sectors of the food sector, including the meat industry. From the point of view of both consumers and producers, hygiene and quality standards in the meat industry have increased. Although online shopping has been on the rise in the last year, it is difficult to develop such a sales system for the meat industry. Thus, this article aims to analyze the evolution of interest in the meat industry in January-December 2020, but also the evolution of the meat market.

Keywords: pandemic, meat industry, quantitative analysis

Clasificare JEL: Q13

Clasificare REL: 15B

Introducere

În prima parte a lucrării s-a realizat o analiză bibliometrică asupra domeniului industriei cărnii și izbucnirii pandemiei. În continuare, s-a analizat evoluția interesului consumatorilor pentru industria cărnii, utilizând soft-ul Buzzsumo, dar și principalele fenomene care au avut loc în cadrul acestei piețe.

I. Recenzia literaturii științifice

Analiza cantitativă a documentelor științifice găsite în baza de date Scopus – Analiză bibliometrică realizată în VOSviewer

În acest capitol s-a realizat o analiză bibliometrică pentru a identifica interesul științific față de industria cărnii. Astfel, în figura de mai jos se prezintă relațiile de colaborare dintre state.

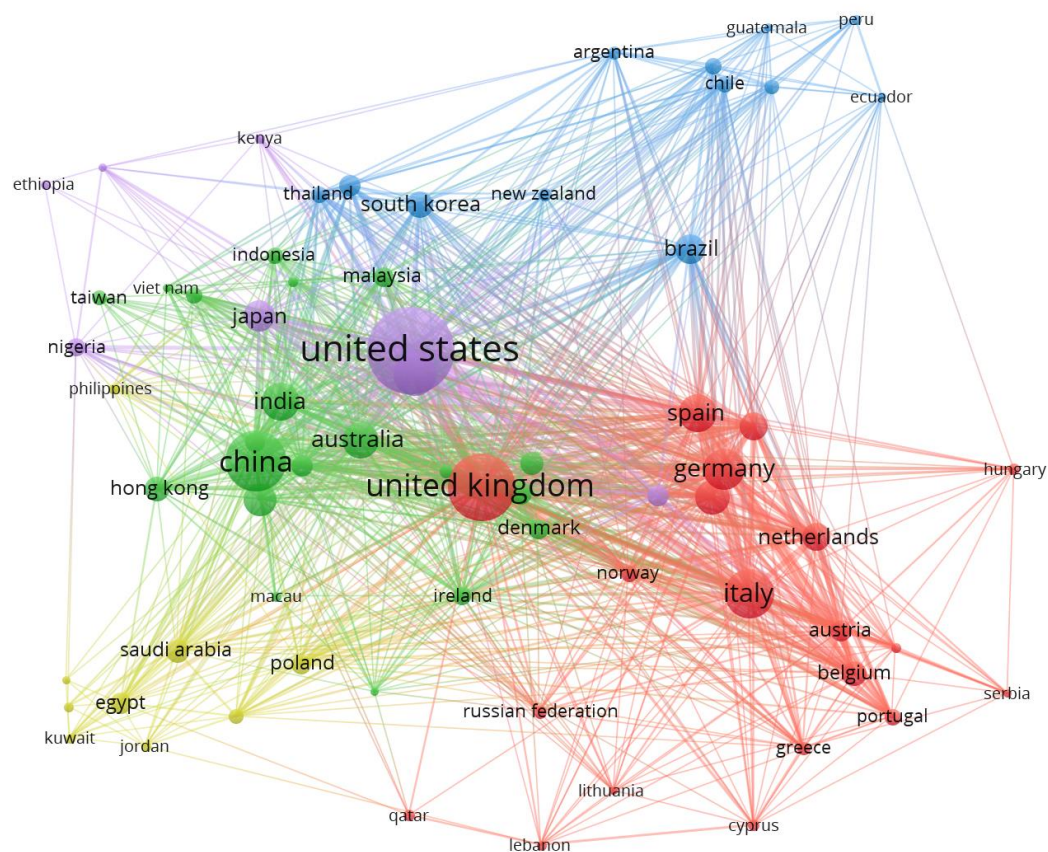


Figura 1. Analiza relațiilor de colaborare dintre state

Sursa: conceptualizare proprie pe baza datelor de pe Scopus

Analiza a fost realizată pentru 69 de state. Pe primul loc, în ceea ce privește numărul de relații de colaborare se află Statele Unite ale Americii cu 66 de legături de colaborare și 535 de documente publicate. Pe locul doi se situează Regatul Unit al Marii Britanii cu 65 de relații de colaborare și 322 de documente publicate. În figura doi se prezintă analiza cuvintelor cheie utilizate de către autori în lucrările de cercetare. Cel mai des utilizat cuvânt este „Covid-19” cu 1338 de apariții, urmat de “mental health”- “sănătate mentală” cu 60 de apariții, “anxiety”- “anxietate” cu 59 de apariții, “quality of life”- “calitatea vieții” cu 11 apariții și altele. Așadar, în ultima perioadă, s-a acordat foarte multă atenție impactului pandemiei atât asupra industriei cărnii, cât și asupra industriei agroalimentare în general.

Se poate observa faptul că industria cărnii se situează pe poziția a doua în clasamentul referitor la interesul consumatorilor, primul loc fiind ocupat de către industria vinificației. Pentru industria cărnii au fost analizate 3.267 de articole. Numărul total de căutări pentru acest domeniu este de aproximativ 1 milion, iar numărul mediu de căutări este de 342. În figura 2 se prezintă grafic evoluția interesului acordat principalelor industrii din România în anul 2020, în funcție de numărul total de căutări.

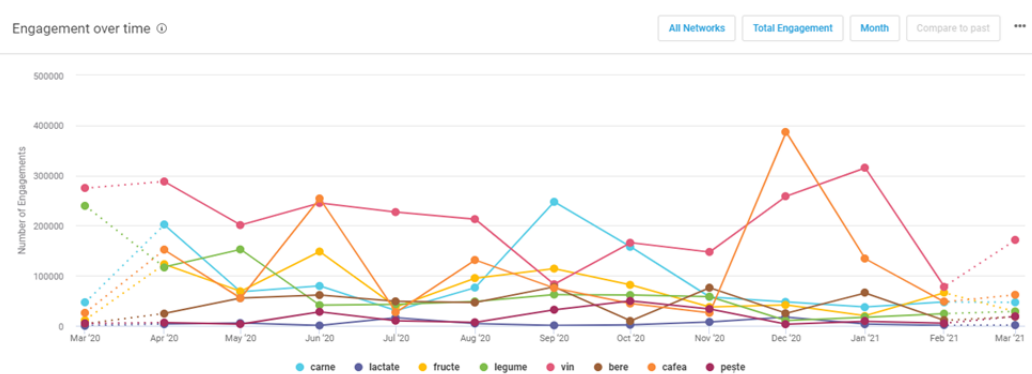


Figura 4. Evoluția interesului pentru principalele industrii din România în anul 2020
Sursa: BuzzSumo

Trendul înregistrat pentru industria cărnii este oscilant. Astfel, în perioada aprilie 2020 - mai 2020 a avut loc o scădere de aproximativ 50% a numărului de căutări pentru industria cărnii. Se observă o creștere a interesului pentru acest domeniu în perioada august - septembrie 2020, când numărul total de căutări pentru industria cărnii a crescut de aproximativ 2,5 ori. După această perioadă urmează un interval de timp în care interesul pentru acest domeniu scade constant, respectiv perioada septembrie 2020 - martie 2021. Acest fenomen se poate explica prin prisma faptului că oamenii nu au mai realizat cercetări amănunțite despre industria cărnii, deși au continuat să consume carne și produse din carne. Industria care a înregistrat cel mai mic număr de căutări, respectiv cel mai scăzut interes al consumatorilor, este industria produselor lactate. Pe de altă parte, industria care a cunoscut o evoluție spectaculoasă în perioada analizată este industria cafelei. Spre exemplu, în perioada noiembrie 2020 - ianuarie 2021 numărul de căutări pentru industria cafelei a crescut de aproximativ 38 de ori.

Reactions

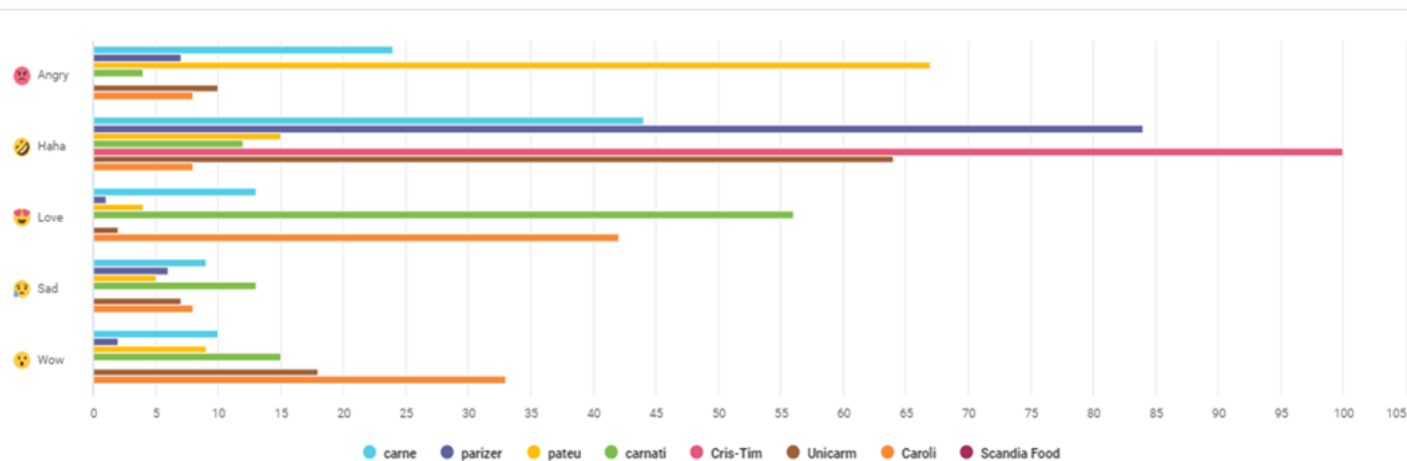


Figura 5. Reacțiile de pe rețelele de socializare pentru principalele produse și producători din industria cărnii
Sursa: BuzzSumo

Cele mai multe reacții înregistrate în cadrul categoriei Angry corespund produsului pateu, urmat de carne, parizer și cârnați. Din punct de vedere al producătorului, cel mai ridicat număr de reacții Angry corespunde firmei Unicarm. În ceea ce privește reacțiile Haha, produsul parizer pare a fi apreciat, fiind urmat de carne, pateu și cârnați. Producătorul cu cel mai mare număr de reacții Haha este Cris-Tim. În cadrul categoriei Love, cel mai ridicat număr de reacții corespunde produsului cârnați, urmat de carne, pateu și parizer. Se observă faptul că cele mai multe reacții din categoria Sad s-au înregistrat pentru produsul cârnați, apoi carne, parizer și pateu. Din punct de vedere al ofertanților, producătorul cu cele mai multe reacții Sad este Caroli. Produsul cu cele mai puține reacții Wow este parizerul, în timp ce cârnații au strâns cele mai multe reacții de tip Wow. Caroli este brandul cu cele mai multe reacții Wow.

3.2 Evoluția pieței în industria cărnii

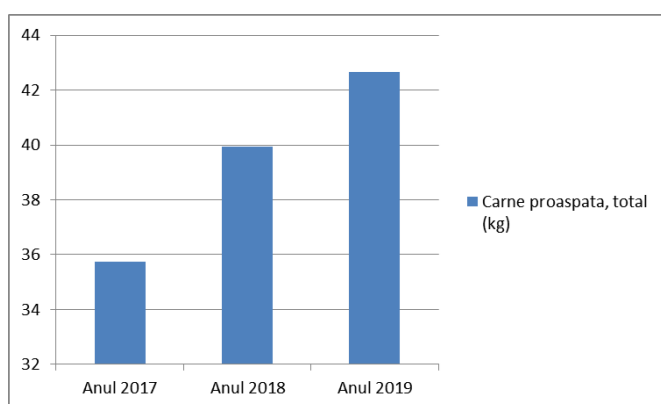


Figura 5. Evoluția cheltuielilor medii lunare pe persoană pentru carnea proaspătă
Sursa: Tempo Online

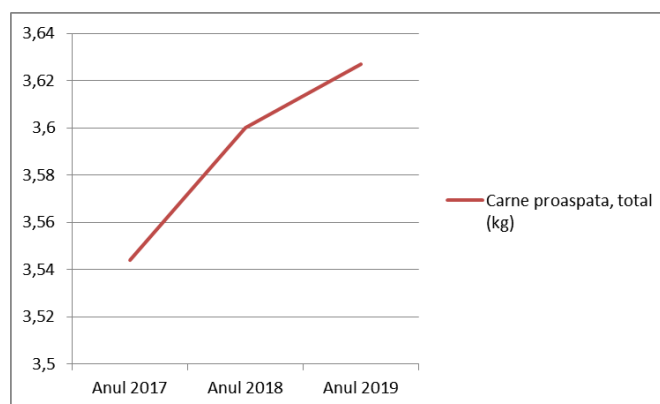


Figura 6. Evoluția consumului mediu lunar de carne proaspătă
Sursa: Tempo Online

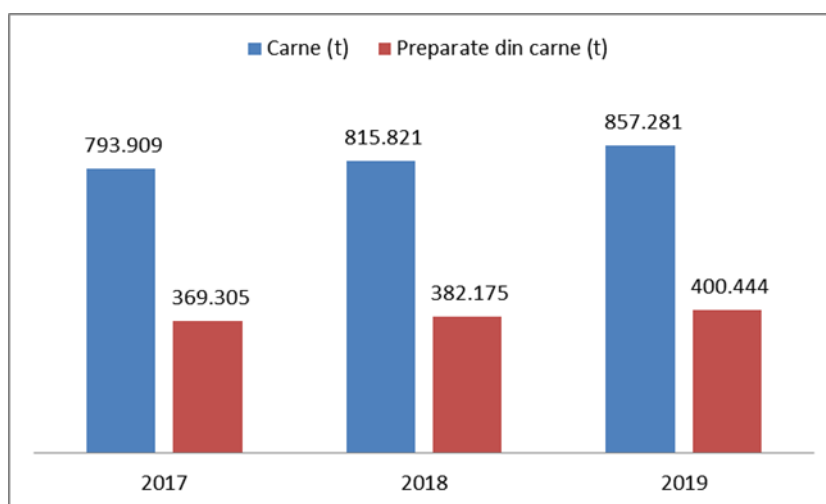


Figura 7. Dinamica ofertei de carne și preparate din carne
Sursa: Tempo Online

Cheltuielile pentru cumpărarea cărnii proaspate – medii lunare pe o persoană au înregistrat un trend ascendent în perioada analizată. În perioada 2017-2019 cheltuielile medii lunare pe o persoană pentru cumpărarea cărnii proaspate au crescut cu 19,3%. În 2019 s-au înregistrat cele mai ridicate cheltuieli pentru această categorie de produse, iar în anul 2017 a fost consemnat cel mai scăzut nivel.

În perioada analizată, s-a constatat o creștere a consumului mediu lunar de carne proaspătă de 2,34%. Cel mai scăzut nivel al consumului s-a înregistrat în 2017, iar cel mai ridicat nivel al consumului în anul 2019. O altă parte importantă a pieței cărnii este oferta, care va fi analizată în continuare.

În perioada analizată, oferta de carne a crescut cu 7,98%, iar oferta pentru preparatele din carne a crescut cu 8,43%. Oferta produselor din carne a înregistrat un trend ascendent. Se observă faptul că, produsul carne, a cunoscut o creștere mai accentuată decât preparatele din carne. În continuare, se va prezenta evoluția numărului de salariați din industria cărnii.

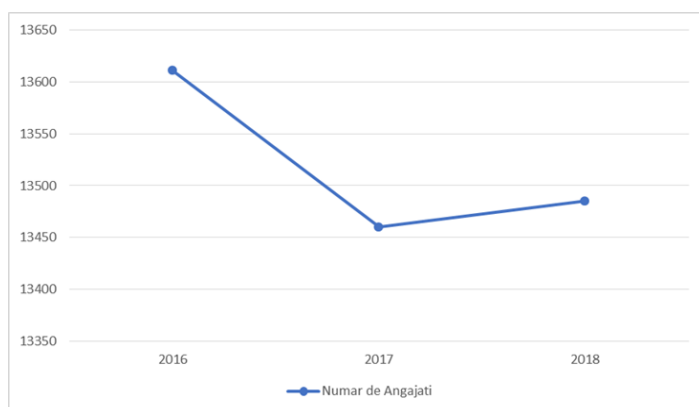


Figura 8. Evoluția numărului de angajați din industria cărnii
Sursa: Tempo Online

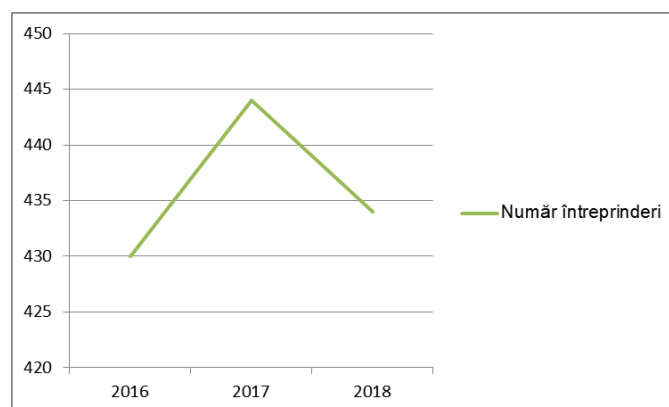


Figura 9. Evoluția numărului de întreprinderi din industria cărnii
Sursa: Tempo Online

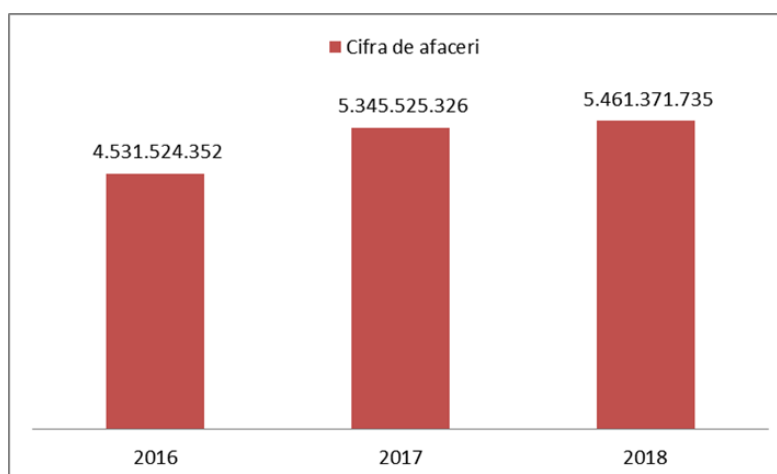


Figura 10. Evoluția cifrei de afaceri din industria cărnii
Sursa: Topfirme.ro

Numărul de angajați din industria cărnii a scăzut cu 0,93%. Cel mai scăzut număr de angajați s-a înregistrat în anul 2017, iar cel mai ridicat număr de angajați s-a înregistrat în 2016. Numărul de salariați a înregistrat un trend descendent în perioada 2016-2018. Acest lucru se poate datora creșterii gradului de tehnologizare din industria cărnii.

În perioada 2016-2018, numărul de întreprinderi din industria cărnii a crescut cu 0,93%. Acest lucru se poate explica prin prisma faptului că acest sector este profitabil, în special pentru produsele prelucrate din carne. În graficul 3.2.3.2 se prezintă dinamica cifrei de afaceri din industria cărnii.

În perioada 2016-2018, Cifra de afaceri a crescut cu 20,52%. Acest lucru se poate datora creșterii numărului de întreprinderi din industria cărnii, creșterii cererii dar și a prețului produselor din carne.

3.3 Situația industriei cărnii în anul 2019

Firma cu cea mai ridicată Cifră de afaceri la nivelul anului 2019 este Unicarm care a înregistrat 667,3 milioane de lei. Poziția a doua este ocupată de către Caroli cu 488,9 milioane de lei, iar locul trei revine firmei Recunoștința Prodcom cu 479 milioane lei. Pe locul 10 se află Sergiana cu o cifră de afaceri mai mică de 4 ori decât cea a firmei Unicarm. În ceea ce privește numărul de angajați din sectorul fabricării produselor din carne, primele 3 poziții au rămas ocupate de aceiași 3 agenți economici precum în cazul Cifrei de afaceri, respectiv Unicarm cu 2.900 angajați, Caroli cu 1.010 angajați și Recunoștința Prodcom cu 982 angajați. Pe primul loc în ceea ce privește Profitul înregistrat la nivelul anului 2019 este Caroli cu 34,7 milioane de lei, urmat de Meda cu 23,1 milioane de lei și Glina cu 19,2 milioane de lei.

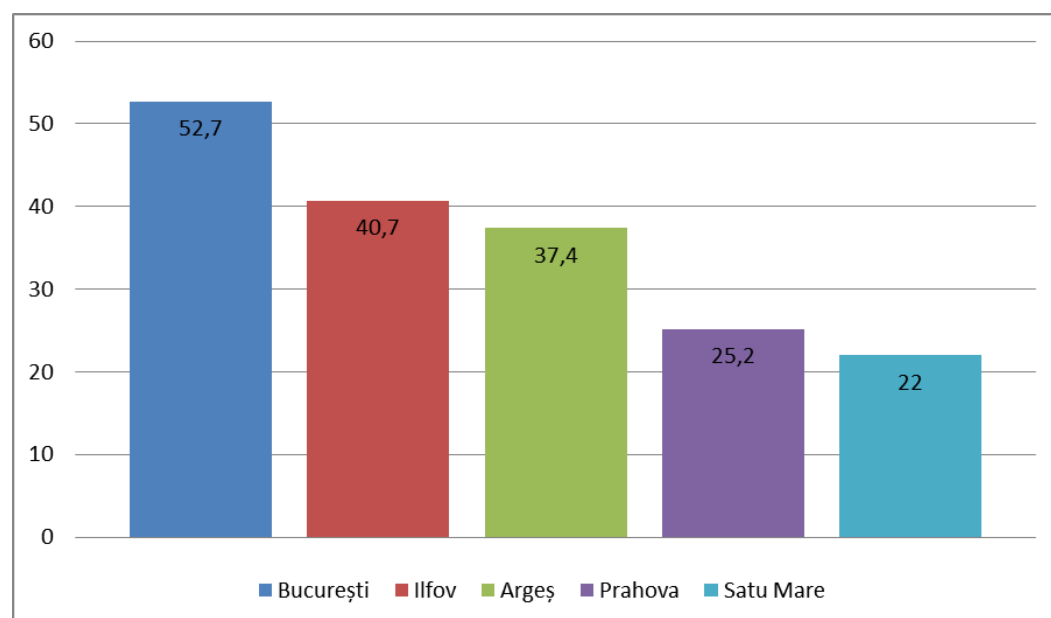


Figura II. Topul primelor 5 județe în funcție de Profitul realizat la nivelul anului 2019
Sursa: Risco.ro

Pe primul loc în ceea ce privește Profitul se află Municipiul București cu 52,7 milioane lei, urmat de Ilfov cu 40,7 milioane lei, Argeș cu 37,4 milioane lei, Prahova cu 25,2 milioane lei și Satu Mare 22 milioane lei.

Concluzii

Deși pandemia de Covid-19 a afectat toate sectoarele economiei, industria cărnii nu a avut de suferit, fapt demonstrat în urma analizei realizate. Ca urmare a faptului că oamenii au petrecut mai mult timp acasă, au început să-și dezvolte abilitățile gastronomice, iar acest fenomen a contribuit la creșterea consumului de carne la nivel național. În perioada ianuarie-decembrie 2020 industria cărnii s-a situat pe poziția a doua în clasamentul referitor la interesul consumatorilor pentru produse agroalimentare. De asemenea, a avut loc o creștere a interesului pentru acest domeniu în perioada august – septembrie 2020, când numărul total de căutări pentru industria cărnii a crescut de aproximativ 2,5 ori.

Referințe bibliografice / References

1. Attwood, S., et al. (2020). *How will the COVID-19 pandemic shape the future of meat consumption?*, Public Health Nutrition
2. Constantin, M., Beia, S.I., Dinu, M., Pătărlăgeanu, S.R., Petrariu, R., Deaconu, M.E. (2021). Economic Implications of Food Consumption Behavior Changes in Romania During the COVID-19 Pandemic. *Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*, Vol. 21, Issue 3.
3. Dinu, M., Pătărlăgeanu, S. R., Chiripuci, B., & Constantin, M. (2020). Accessing the European funds for agriculture and rural development in Romania for the 2014-2020 period. In Proceedings of the International Conference on Business Excellence (Vol. 14, No. 1, pp. 717-727). Sciendo. DOI: 10.2478/picbe-2020-0068.
4. Farmer, J. et al. (2020). *Supply and demand shocks in the COVID-19 pandemic: an industry and occupation perspective*, Oxford Review of Economic Policy.
5. Girish, P. et al. (2020). *The impact of Covid-19 on Indian Meat Industry National Scenario and Way Forward*, Meat Science.
6. Hobbs, J. (2021). *The Covid-19 pandemic and meat supply chains*, Meat Science.
7. Ignat, R., & Constantin, M. (2020). Short-Term Effects of COVID-19 Pandemic on Agri-Food Value Chains in Romania. In: Proceedings of the 3rd International Conference on Economics and Social Sciences, Sciendo, pp.578-588, Bucharest, Romania, DOI: 10.2478/9788366675162-058.
8. Marinova, I.D. (2015). *Impact of Meat Consumption on Health and Environmental Sustainability*, Information Science Reference.
9. *The World Market for Fresh Food*. (2021). Euromonitor