

## INTERVIU CU WILHELM SCHUSTER, MEMBRU BIOCOOP SIBIU<sup>[1]</sup>

Liliana Foca<sup>[2]</sup>

### Rezumat

Acest interviu a fost realizat în cadrul Conferinței *Economia socială - model inovator pentru promovarea incluziunii active a persoanelor defavorizate* care s-a desfășurat în perioada 12-14 octombrie 2012 în București și a reunit inițiatori și promotori ai activităților de economie socială din România și alte state europene.

Wilhelm Schuster este membru BIOCOOP și își desfășoară activitatea în comuna Moșna, județul Sibiu. Acesta deține o fermă ecologică în cadrul căreia lucrează împreună cu familia și are ca obiect de activitate comercializarea de produse organice regionale. Experiența domnului Wilhelm Schuster este complexă datorită participării la numeroase întâlniri și schimburi de experiență ale fermierilor organizate în Europa și Statele Unite ale Americii.<sup>[3]</sup>

În cadrul acestui interviu domnul Wilhelm Schuster a prezentat succint cooperativa comercială BIOCOOP punând accentul pe aspecte precum: scopul înființării cooperativei, principalele realizări, obstacolele întâmpinate pe parcursul derulării activității și modalitățile de promovare a cooperativelor în general. Domnul Schuster apreciază că BIOCOOP poate fi considerat un model de succes pentru economia socială românească și recomandă consumatorilor să cumpere cu încredere produse organice regionale.

**Cuvinte cheie:** *cooperativă, comerț organic, produse tradiționale, gospodărie deschisă*

---

[1] BIOCOOP Sibiu este o cooperativă comercială cu structură democratică alcătuită din 13 ferme din județul Sibiu și are ca obiect de activitate comerțul cu produse organice regionale. De asemenea, BIOCOOP urmărește să sprijine activitatea producătorilor organici și să crească gradul de conștientizare al consumatorilor prin exemple de marketing organic regional.

[2] Psiholog, Coordonator proiect în cadrul Asociației Alternative Sociale, Str. Cuza-Vodă nr. 8A; Tel.: +40 733 955 119; E-mail: lilianafoca@alternativesociale.ro

[3] [http://www.ecoruralis.ro/web/ro/Despre\\_noi/Membri/](http://www.ecoruralis.ro/web/ro/Despre_noi/Membri/), accesat la data 30.03.2012

## **1. Din ce an vă desfășurați activitatea în domeniul economiei sociale în cadrul cooperativei?**

**W.S.** Informal, activitatea noastră a început în 2004, iar din 2006 ne-am instituționalizat sub formă de cooperativă. Ne-am dat seama că noi eram, de fapt, o cooperativă și am ajuns la concluzia că nu are rost să ne facem asociație non-profit, SRL sau PFA deoarece nu doream să intermediem între țărani și consumatori. Scopul nostru era să funcționăm în cadrul unei cooperative astfel încât țăranul să-și poată desfășura activitatea agricolă așa cum au făcut-o generațiile anterioare fără a fi nevoit să se autorizeze. În cele din urmă am ajuns la concluzia că cea mai bună formă de organizare este cooperativa: o structură democratică bazată pe principiul fundamental „omul și votul” în cadrul căreia niște persoane fizice se adună și își valorifică propriile produse țărănești.

## **2. Considerați că Legea nr. 1/2005 este suficientă pentru susținerea activității cooperativelor?**

**W.S.** Nu cred că este suficientă, dar legea poate fi folosită ca o unealtă bună în economie. De exemplu, eu nu am cunoștințe și experiență în lucrul cu persoanele cu dizabilități și mă refer aici mai ales la atelierele protejate. Tot ce-am putut face a fost să le recomand oamenilor din această categorie să-și deschidă cooperative și să producă bunuri. În fond asta înseamnă economie: să poți să muncești și să-ți aduci contribuția pentru a obține un produs.

## **3. Care sunt principalele realizări pe care dumneavoastră le-ați avut în cadrul cooperativei?**

**W.S.** Pentru mine ca țăran, membru al BIOCOOP, cooperativa a fost ca o trambulină sau ca o vitrină pentru că m-a ajutat să mă lansez. Actualmente eu nu mai contribui foarte mult la BIOCOOP deoarece vând totul direct de acasă, dar pot exista de asemenea situații când țăranul

rămâne membru în cadrul cooperativei și participă la procesul decizional deoarece nu este neapărat interesat să-și deschidă gospodăria pentru cumpărător. Cert este că, în cazul meu, BIOCOOP a jucat un rol esențial și a fost ca o rampă de lansare pentru produsele mele.

#### **4. Care au fost obstacolele pe care le-ați întâmpinat în activitatea dumneavoastră?**

**W.S.** O primă problemă pe care am avut-o, mai ales la începutul activității noastre, se referă la confuzia frecventă legată de S.C. care provine de la societate cooperativă și nu de la societate comercială.

Apoi, în 2006 de când am început activitatea, nimeni nu știa cum se ține contabilitatea la o cooperativă și a fost dificil până am reușit să găsim persoana potrivită pentru acest post. În momentul de față încă primim solicitări din partea celor care lucrează în alte cooperative pe care contabilul nostru le rezolvă.

Și nu în cele din urmă, suntem nemulțumiți de faptul că, deși noi suntem pionierii cooperativei și am muncit mult pentru a ajunge la acest nivel (ne-am documentat, am identificat legea care ne-ar fi putut ajuta să ne organizăm, ne-am consultat și am pus bazele acestui model) efortul nostru nu este apreciat îndeajuns de către cei care au preluat ulterior modelul cooperativei.

#### **5. Ați recomanda și altora modelul propus de dumneavoastră?**

**W.S.** Consider că acest model este chiar ideal deoarece consumatorul realmente este interesat să vadă de unde provin produsele pe care dorește să le cumpere. În acest sens, am observat că tendința actuală în America este următoarea: „each food has to have a story”, deci fiecare mâncare trebuie să aibă o poveste proprie. Astfel că supermarket-urile afișează imagini ca și când produsul ar fi „țărănesc”, dar cumpărătorul dorește chiar să vadă locul unde e preparat și să cunoască producătorul

acestui („know your farmer”). În această ordine de idei, mereu recomand locuitorilor din oraș: „Mergeți și căutați un țăran în proximitatea casei voastre de la care să cumpărați produse!” Consumatorul apreciază mult și este dispus să plătească un preț bun dacă gospodăria ta este deschisă și dacă împarți cu el din produsele tale. Problema este că țăranul nu știe să-și aprecieze produsele proprii la adevărata valoare și cere un preț mult prea mic. De obicei, acest lucru se întâmplă deoarece ia în calcul strict materia primă pe care a investit-o fără să adauge în prețul produsului și munca pe care a depus-o pentru a-l obține. Mai mult, țăranul român este foarte ospitalier și se gândește la tradiția din trecut și la ajutorul reciproc pe care și-l ofereau oamenii. Acum însă ajutorul acesta lipsește și se compensează prin bani.

## **6. Prin ce mijloace credeți că ar trebui promovate cooperativele astfel încât să fie cunoscute de către toți românii?**

**W.S.** Ar trebuie promovate prin mass-media, însă, până în prezent, aceasta a prezentat foarte simplist situația.

## **7. Credeți că ar fi utilă o revistă care să cuprindă informații despre toate aceste cooperative?**

**W.S.** Da, este o modalitate de a face vizibilă activitatea cooperativelor indiferent de activitatea acestora. De exemplu, dacă manualul prezentat la această conferință va fi distribuit în toată țara, oamenii vor citi la pagina 18 despre BIOCOOP și poate vor deveni interesați și ei să cumpere produsele noastre țărănești.

## **8. Ce sugestii/propuneri aveți pentru noul nostru proiect intitulat „Modelul Economie Sociale în România”?**

**W.S.** Să începeți să-i priviți pe cei din grupurile voastre țintă nu ca pe niște obiecte, dar ca pe niște potențiali întreprinzători, ca pe niște oameni care se vor descurca prin forțele proprii. Există o expresie în limba engleză care spune: „Do you want to be a chicken or a chicken farmer?” Voi trebuie să fiți „chicken farmer” adică să-i îndrumați să își facă treaba și să le valorifice resursele.



*Produse bio în gospodăriile țărănești din BIOCOOP*



*Wilhelm Schuster oferind explicații despre activitatea BIOCOOP*



*Produse BIOCOP\_dulceață de trandafiri produsă în gospadăriile țărănești*



*Produse BIOCOP\_cașcaval*