

Produk halal penuhi kriteria ketat Perancis

Oleh Misiah Taib

(Yang berkunjung ke Paris baru-baru ini)

BONJOUR! (Salam sejahtera). Kejayaan program promosi 'Saveurs de Malaisie' atau 'Cita Rasa Malaysia' yang berlangsung di Paris selama seminggu bermula 25 Jun lalu membuktikan bukan saja produk perusahaan kecil dan sederhana (PKS) mampu menembusi pasaran Eropah, malah potensi pasaran bagi produk halal begitu besar.

Selepas promosi serupa diadakan di London Mac lalu mendapat sambutan baik daripada pengusaha dan pemborong di London, promosi di Paris kali ini disifatkan sebagai lebih berjaya dan melonjakkan lagi prestasi dicapai sebelum ini.

Ini bukan saja kerana jumlah besar tempahan diterima untuk produk Malaysia pada sesi pepadanan perniagaan, malah respons pengusaha serta pemborong Perancis yang sudah mengatur secara terus pertemuan susulan dengan syarikat PKS

yang menyertai program itu.

Jika diambil kira jumlah syarikat PKS yang turut serta, pencapaian di Paris itu dianggap Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna (KPDNHEP) sebagai yang paling berjaya.

Sebanyak RM12 juta nilai tempahan diterima pada sesi pepadanan perniagaan yang berlangsung separuh hari di Hotel Le Grand Intercontinental di Paris pada 25 Jun lalu menerusi penyertaan 18 syarikat PKS.

"Saya amat terharu dan gembira kerana inilah program promosi Cita Rasa Malaysia paling berjaya setakat ini." Itu komen Menteri Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna, Datuk Mohd Shafie Apdal ketika majlis makan malam meraikan wakil PKS, Carrefour dan pegawai kementerianannya yang menyertai program berkenaan.

Promosi di Carrefour Evry Paris itu adalah susulan kepada kejayaan promosi produk PKS di Hong Kong, Singapura, Jakarta dan London, sebelum ini.

Dengan kira-kira 10 peratus atau lebih

lima juta daripada 55 juta penduduk Perancis beragama Islam dan 30 juta Islam di Eropah, produk halal diyakini akan mendapat sambutan. Di London sebelum ini lebih 30 syarikat turut serta dan jumlah tempahan diterima hampir RM18 juta.

Seramai 41 wakil daripada 21 syarikat di Perancis menyertai sesi pepadanan perniagaan berkenaan.

Dengan semua produk PKS yang turut serta dalam promosi itu membawa logo halal, ia jelas membuktikan penerimaan masyarakat di Eropah terhadap produk halal Malaysia.

Mohd Shafie sendiri menganggap pensijilan halal sebagai satu kelebihan untuk memasarkan produk makanan dari Malaysia ke mana-mana saja negara di dunia ini.

Seperti yang diperkatakan salah seorang peserta sesi pepadanan perniagaan yang juga pemborong di Perancis, Alami Abdelhaq, mereka tidak meragui logo halal Kerajaan Malaysia.

"Apabila kami melihat logo halal bagi produk dari Malaysia, kami lebih yakin

untuk mengurus niaga," kata Pengurus Bahagian Produk Halal Syarikat Cibin yang berpangkalan di Itali dan mempunyai cawangan di Perancis itu.

Malah, syarikat Cibin sendiri amat mengambil berat pensijilan halal dan menjadikan ia salah satu kriteria utama dalam membuat keputusan perniagaan.

"Syarikat kami memang berminat untuk membeli produk halal dari Malaysia untuk di pasarkan ke beberapa negara termasuk Perancis, Itali dan Belgium," katanya ketika ditemui.

Sesi program pepadanan perniagaan antara 20 wakil PKS dengan 41 wakil 21 syarikat di Perancis itu berlangsung di Hotel Le Meridean Montparnasse. Ia dianjurkan Carrefour, KPDNHEP dan Matrade.

Kejayaan KPDNHEP dan Carrefour membawa produk PKS menembusi pasaran Perancis wajar mendapat pujian kerana syarat dan peraturan ditetapkan kerajaan negara itu amat ketat dan disifatkan sebagai 'paling cerewet'.

"Dari segi syarat dan peraturan, ia (menembusi pasaran Perancis) adalah proses

paling sukar bagi kita dalam promosi produk PKS setakat ini," kata Mohd Shafie.

Berdasarkan pencapaian program itu sejak ia diputuskan pada penghujung 2004 dan dilaksanakan mulai 2005, jelas ia memberi impak besar dalam membantu produk PKS menembusi pasaran antarabangsa.

Program yang dilaksanakan menerusi perkongsian pintar antara KPDNHEP dan rangkaian pasar raya besar seperti Carrefour, Tesco dan Giant itu adalah satu langkah berbaloi.

Selain banyak membuka peluang pekerjaan, ia membuka ruang lebih luas kepada produk tempatan termasuk dari luar bandar untuk pergi sehingga ke peringkat antarabangsa.

Program serupa dengan Carrefour tahun lalu berjaya menarik penyertaan 25 syarikat dengan 250 produk, diikuti Jakarta menarik penyertaan 39 syarikat dengan 400 produk dan jumlah tempahan diterima di Jakarta pula RM9.9 juta. Pada masa sama 15 syarikat PKS sudah berjaya menembusi pasaran Indonesia.

Mohd Shafie berkata, di Hong Kong pula 25 syarikat berjaya disenaraitetapkan dan berjaya menembusi 20 premis perniagaan dengan 52 produk, manakala di Singapura 540 produk PKS menembusi pasarannya.

Daripada 67 syarikat PKS yang dipromosi KPDNHEP di Singapura pula, 15 syarikat berjaya menembusi pasaran negara itu.

Ini semua membuktikan penerimaan terhadap produk halal bertaraf global, bukan saja mampu memenuhi keperluan umat Islam di seluruh dunia, malah diterima baik masyarakat bukan Islam.