PROIECT ADER 24. 11
ETAPA 3

CERCETĂRI PRIVIND ELABORAREA UNOR STUDII ȘI ANALIZE, PENTRU FUNDAMENTAREA DECIZIILOR ȘI POLITICILOR PUBLICE, PENTRU COMERCIALIZAREA PRODUSELOR AGROALIMENTARE ÎN VEDEREA ASIGURĂRII SECURITĂȚII ȘI SIGURANȚEI ALIMENTARE A POPULAȚIEI

Contract nr. 2411/04.10.2019

2019-2022

OBIECTIV FAZA 3

Diagnoza filierelor de lapte și produse lactate și a ouălor în vederea fundamentării deciziilor privind comercializarea acestor produse și asigurarea securității și siguranței alimentare a populației.

ACTIVITĂȚI FAZA 3

- Analiza pieței și dimensionarea potențialului agroalimentar în România în sectorul laptelui, al produselor lactate și în sectorul ouălor
- Analiza valorizării potențialului agroalimentar pe lanțul scurt și lung la lapte-produse lactate și ouă
- Realizarea profilului consumatorilor de lapte și produse lactate și a ouălor. Condițiile de calitate a laptelui și a produselor lactate și a ouălor pentru satisfacerea cerințelor consumatorilor.
- Studiu privind formele de promovare a produselor autohtone
- Diseminarea informațiilor

Analiza pieței și dimensionarea potențialului agroalimentar în România în sectorul laptelui, al produselor lactate

EFECTIVELE DE BOVINE, OVINE ȘI CAPRINE ÎN ROMÂNIA ȘI UNIUNEA EUROPEANĂ

Țară	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Ritm de creștere	+/- 2020 /2010
	Mii capete											%	%
Franța	19.599	19.129	19.052	19.096	19.249	19.387	19.373	18.954	18.613	18.173	17.789	-1,0	-9,2
Germania	12.706	12.528	12.507	12.686	12.742	12.635	12.467	12.281	11.949	11.640	11.302	-1,2	-11,1
Spania	6.075	5.923	5.813	5.802	6.079	6.183	6.318	6.466	6.511	6.600	6.636	0,9	9,2
Irlanda	5.918	5.925	6.253	6.309	6.243	6.422	6.613	6.674	6.593	6.560	6.529	1,0	10,3
Italia	5.832	6.252	6.252	6.249	6.125	6.156	6.315	6.350	6.311	6.377	6.400	0,9	9,7
Polonia	5.562	5.501	5.520	5.590	5.660	5.763	5.970	6.036	6.183	6.262	6.279	1,2	12,9
Olanda	3.960	3.912	3.985	4.090	4.169	4.315	4.294	4.030	3.690	3.721	3.691	-0,7	-6,8
Belgia	2.510	2.472	2.438	2.441	2.477	2.503	2.501	2.386	2.398	2.373	2.334	-0,7	-7,0
România	2.001	1.989	2.009	2.022	2.069	2.092	2.050	2.011	1.977	1.923	1.894	-0,5	-4,5
Ungaria	682	697	760	782	802	821	852	870	885	909	933	3,2	36,8

Evoluția efectivelor de bovine în România și în unele țări U.E., în perioada 2010-2020 (mii capete)

Conform datelor Eurostat, în anul 2020, în fruntea clasamentului din punct de vedere al numărului de bovine, se regăsește Franța, cu un număr total de 17,78 milioane capete, urmată de Germania cu 11,3 milioane capete, iar România se află pe locul 9 cu un efectiv de 1,89 milioane capete

Țară	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Ritm anual	+/- 2020 /2010
	Mii capete											%	%
Germania	4.182	4.190	4.190	4.268	4.296	4.285	4.218	4.199	4.101	4.012	3.921	-0,6	-6,2
Franța	3.718	3.664	3.644	3.698	3.661	3.637	3.637	3.597	3.554	3.491	3.455	-0,7	-7,1
Polonia	2.529	2.446	2.346	2.299	2.248	2.134	2.130	2.153	2.214	2.167	2.126	-1,7	-16,0
Italia	1.746	1.755	2.009	2.075	2.069	2.057	2.060	2.040	1.939	1.876	1.871	0,7	7,2
Olanda	1.518	1.504	1.541	1.597	1.610	1.717	1.794	1.665	1.552	1.590	1.569	0,3	3,4
Irlanda	1.007	1.036	1.060	1.082	1.128	1.240	1.295	1.343	1.369	1.426	1.456	3,8	44,6
România	1.179	1.170	1.163	1.169	1.188	1.191	1.193	1.175	1.158	1.139	1.140	-0,3	-3,3
Spania	845	798	827	844	845	844	834	823	817	813	811	-0,4	-4,1

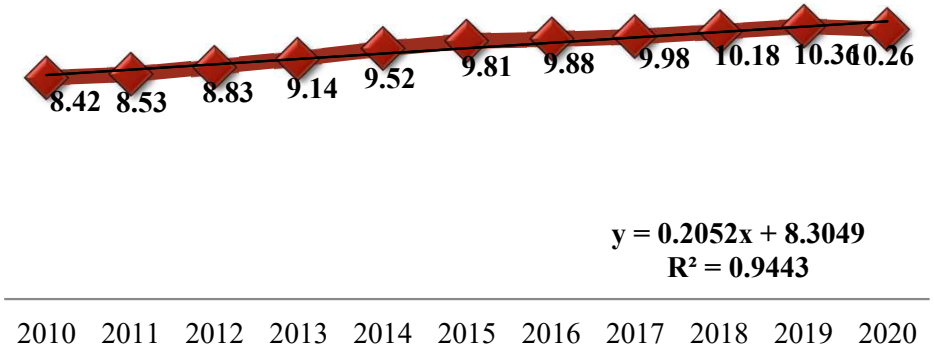
Evoluția efectivelor de vaci de lapte în România și în unele țări U.E., în perioada 2010-2020 (mii capete)

Comparând datele din cele două tabele, se observă că efectivele de vaci de lapte sunt semnificative, reprezentând jumătate din numărul de bovine. Deși România nu ocupă un loc fruntaș în clasamentul primelor țări deținătoare de bovine, ponderea vacilor de lapte în total efectiv bovine (59,6%) o aduce pe primul loc. Ținând cont de acest raport pe locurile următoare se situează Cipru cu o pondere de 47,4% și Serbia cu 47,1%.

EFECTIVELE DE BOVINE, OVINE ȘI CAPRINE ÎN ROMÂNIA ȘI UNIUNEA EUROPEANĂ

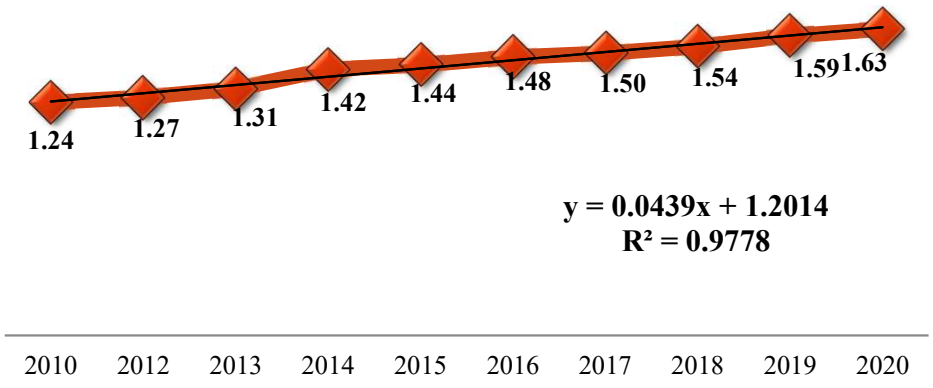
La nivel național, în sectorul ovinelor se observă o tendinţă crescătoare a efectivelor pe toată perioada analizată, astfel că, în anul 2020 au fost cu 21,83% mai multe faţă de primul an analizat înregistrând un ritm anual de 2%.

Evoluţia numărului de ovine, în România, în perioada 2010-2020 (milioane capete)



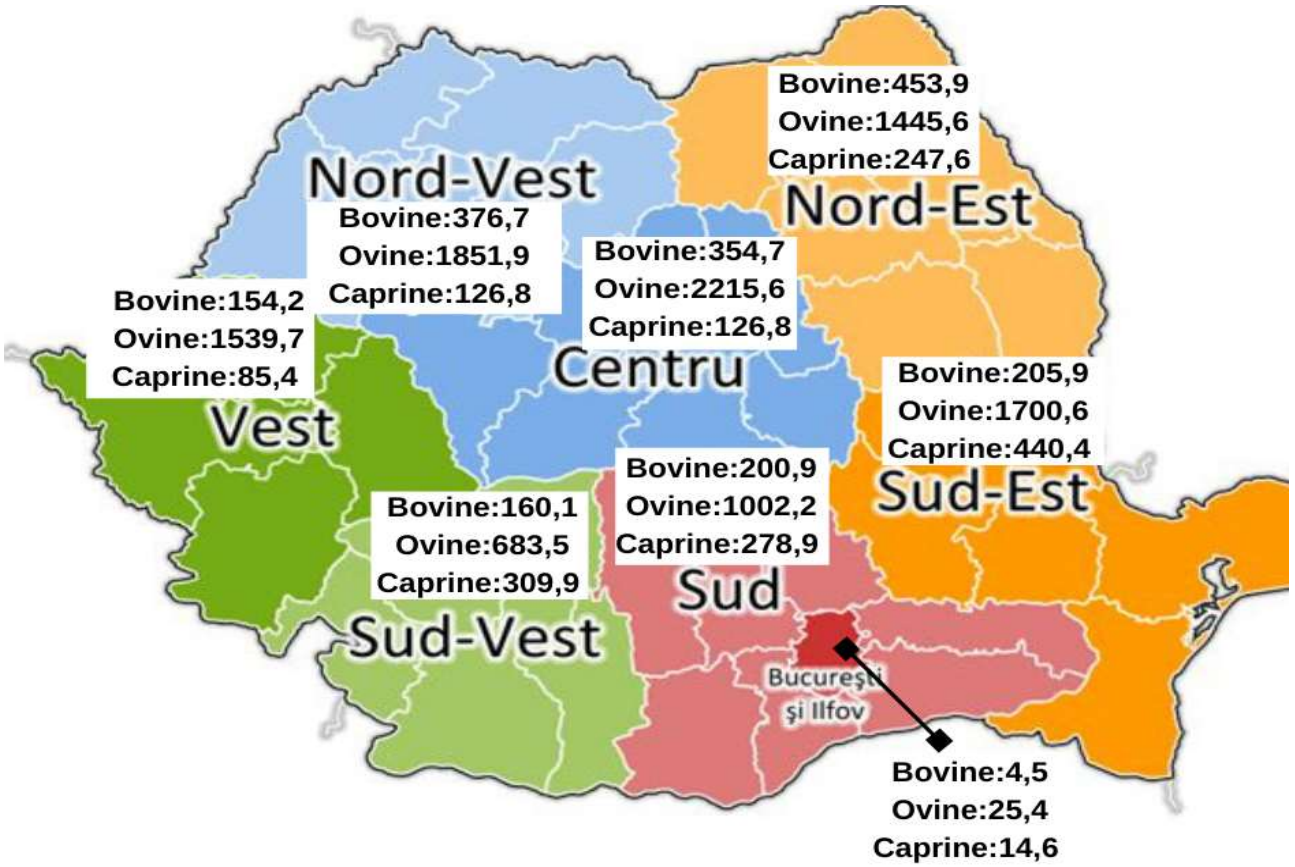
În perioada 2010-2020, la nivelul României, se constată creșteri semnificative a efectivelor de caprine cu un ritm anual de 1,62%, astfel că în anul 2020 au existat 1,63 milioane capete reprezentând o creştere cu 31,39% faţă de anul 2010.

Evoluția numărului de caprine, în România, în perioada 2010-2020 (milioane capete)



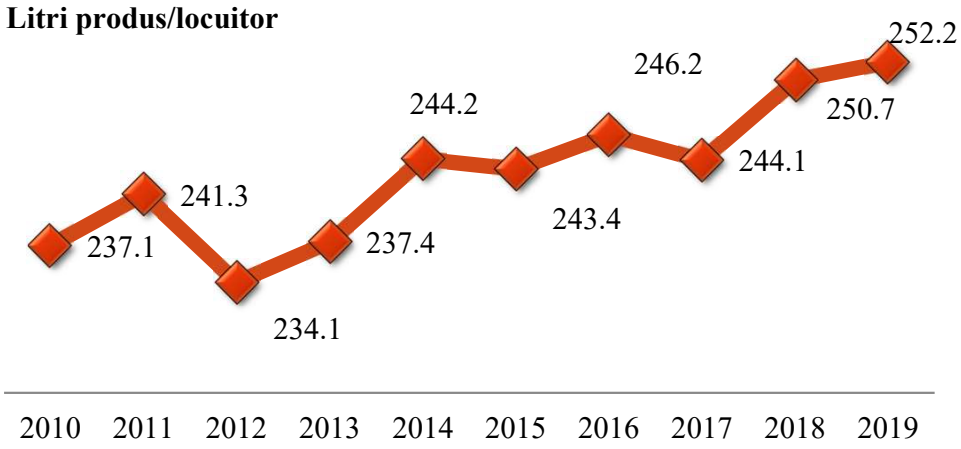
EFECTIVELE DE BOVINE, OVINE ȘI CAPRINE ÎN ROMÂNIA ȘI UNIUNEA EUROPEANĂ

Din figura de mai jos se poate observa distribuția numărului de bovine, ovine și caprine pe Regiuni de Dezvoltare în Romania. Astfel că, cel mai mare număr de bovine se regăsește în Regiunea Nord-Est, cu un număr de 453,9 mii de capete, efectivele de ovinele predomină în Regiunea Centru (2,2 milioane capete), iar Regiunea Sud-Est ocupă prima poziție la de numărul caprinelor (440,4 mii capete). Regiunea București-Ilfov deține cel mai redus efectiv de animale.

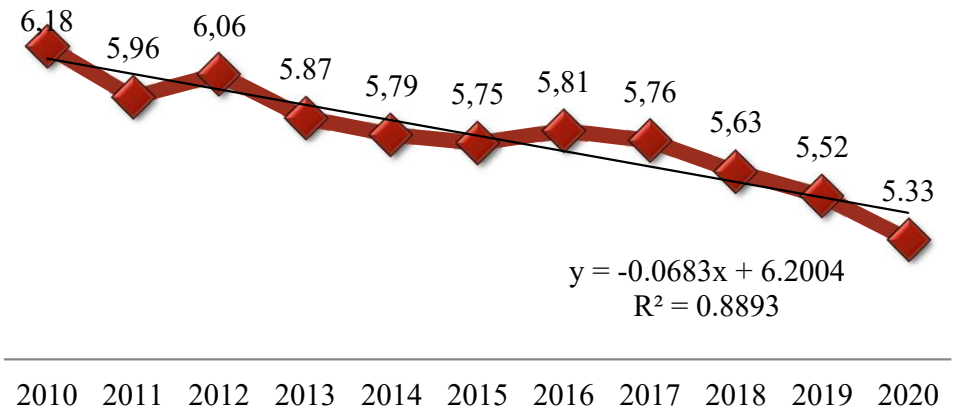


CONSUMUL DE LAPTE ÎN ROMÂNIA

Conform INS, în perioada 2010-2019, un locuitor a consumat în medie 243,07 litri de lapte și produse lactate (în echivalent lapte 3,5% grăsime - exclusiv untul). Orientarea oamenilor către o alimentație sănătoasă, cât și creșterea veniturilor a condus la o creștere a consumului de lapte și produse lactate, astfel că în anul 2019 se înregistrează un consum de 252,2 litri/locuitor, ceea ce reprezintă o creștere de 6,4% față de anul de referință 2010.



Analiza evoluției consumului mediu anual de lapte si produse din lapte in echivalent lapte 3,5% grăsime (exclusiv untul) pe locuitor

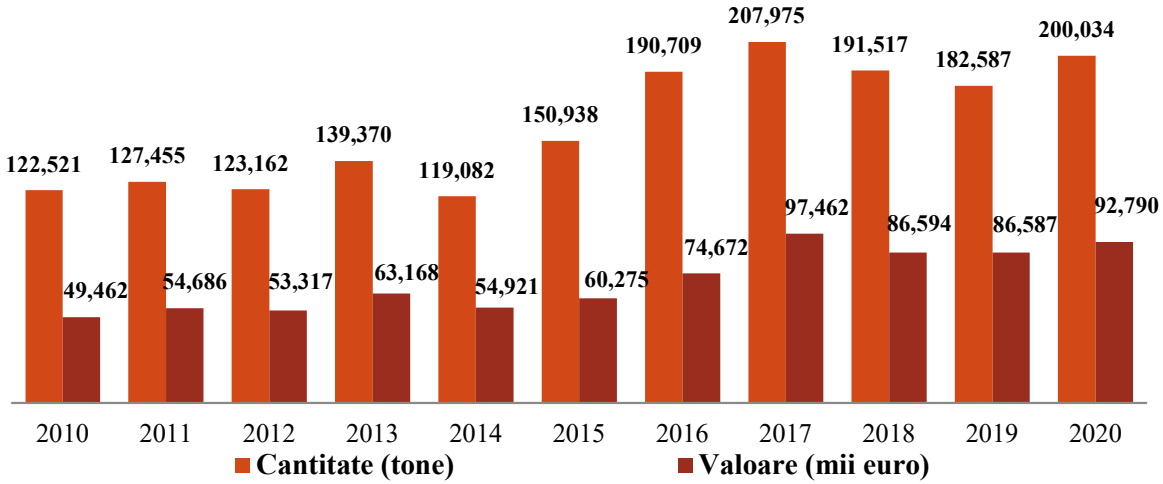


Evoluția consumului mediu lunar de lapte la nivelul României, în perioada 2010-2020 (litri/locuitor)

În ceea ce privește consumul mediu lunar de lapte se constată, că în perioada 2010-2020 a avut un trend descendent cu un ritm anual de -1,4%. În anul 2010 se consuma în medie lunar cca 6,2 litri de lapte per persoană, iar la nivelul anului 2020 se consuma 5,33 litri/persoană, reprezentând o scădere de 13,8%.

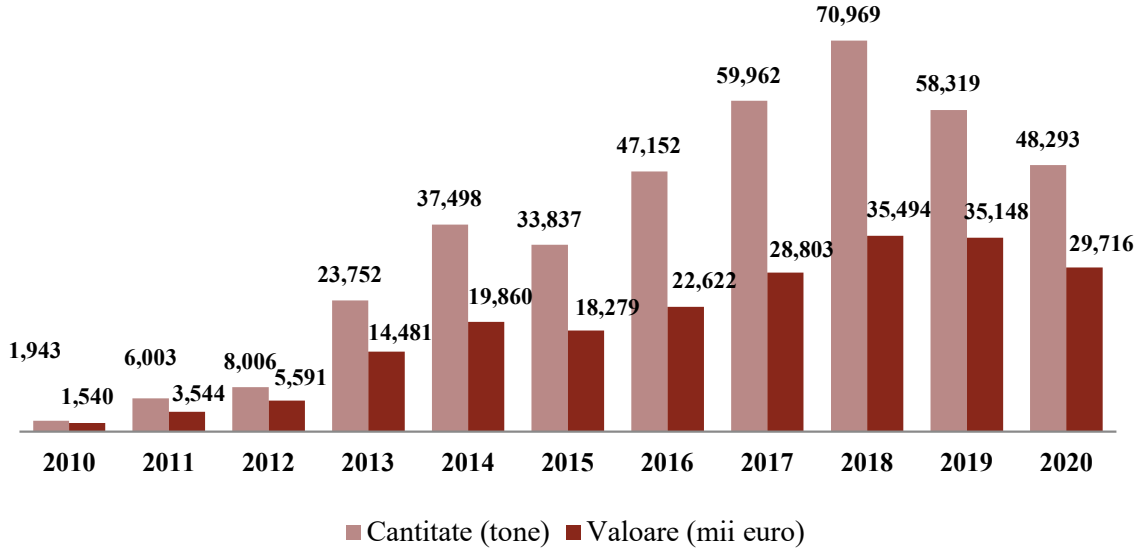
COMERȚUL PE PIAȚA LAPTELUI

Pe tot parcursul perioadei analizate cantitățile importate de lapte și smântână au crescut în România, cu excepția anului 2014 când au scăzut comparativ cu anul 2010, dar au avut valoare mai mare.



Evoluția importului valoric și cantitativ de lapte și smântână, neconcentrate și fără adaos de zahăr sau alți îndulcitori, în România în perioada 2010-2020

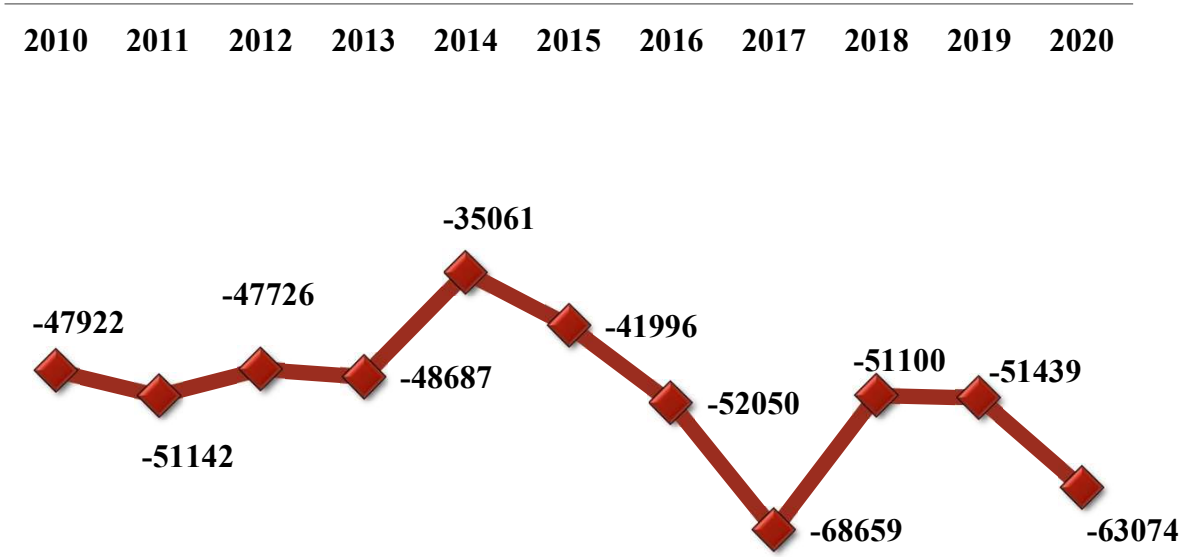
Cantitățile exportate cresc până în anul 2018 la cca. 71 mii tone, la un preț de 500 euro pe tona de lapte și smântână, dar începând cu anul 2019 exportul la aceste produse scade la 58 mii tone la un preț mai mare față de anul anterior (602 euro pe tonă), în anul 2020 ajunge la o cantitate de 29,7 mii tone, iar prețul pentru export a fost de 615,3 euro pe tonă.



Evoluția exportului valoric și cantitativ lapte și smântână, neconcentrate și fără adaos de zahăr sau alți îndulcitori, în România în perioada 2010-2020

COMERȚUL PE PIAȚA LAPTELUI

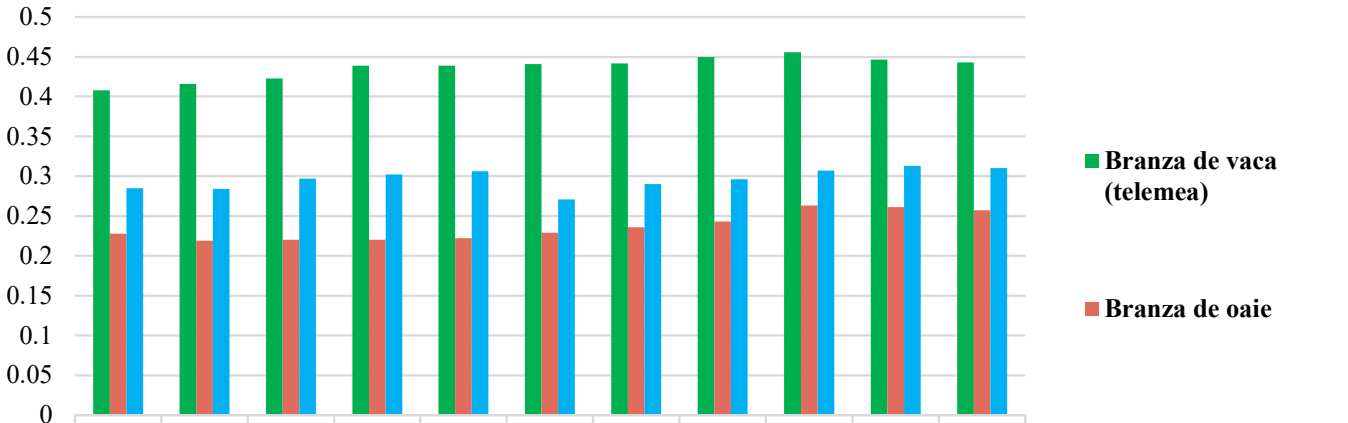
Pe toată perioada analizată 2010-2020, în România, balanța comercială cu lapte și smântână a înregistrat valori negative, atingând un maxim în anul 2017 de -68,7 milioane euro și un minim în anul 2014 de -35,1 milioane euro. La nivelul anului 2020 s-a înregistrat un deficit valoric de 63 milioane euro



Evoluția balanței comerciale cu lapte și smântână, neconcentrate și fără adaos de zahăr sau alți îndulcitori, în România în perioada 2010-2020 (mii euro)

CONSUMUL DE PRODUSE LACTATE ÎN ROMÂNIA

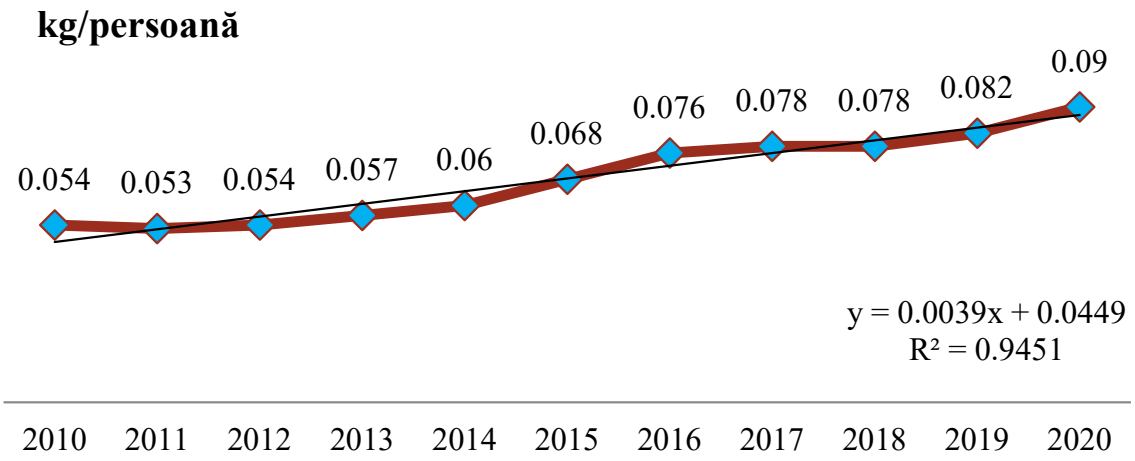
Un trend ascendent prezintă consumul de brânză atât din lapte de vacă cât și cea din lapte de oaie. Ce-a mai consumată este brânza de vacă telemea și brânza proaspătă de vacă. În perioada 2010-2020, consumul de brânză de vacă (telemea) a oscilat de la 0,408 kg/persoană în anul 2010 până la 0,45 kg/persoană în anul 2017, iar în anul 2020 se raportează un consum de 0,443 kg/persoană, fiind cu 8,6% mai mare față de minimul perioadei. De asemenea, consumul de brânză proaspătă de vacă a crescut în perioada analizată cu excepția anului 2017. În anul 2020 s-a consumat în medie lunar 0,31 kg. brânză proaspătă/persoană, reprezentând o creștere de 8,8% față de anul 2010



	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Branza de vaca (telemea)	0.408	0.416	0.423	0.439	0.439	0.441	0.442	0.45	0.456	0.447	0.443
Branza de oaie	0.228	0.219	0.22	0.22	0.222	0.229	0.236	0.243	0.263	0.261	0.257
Branza proaspata de vaca	0.285	0.284	0.297	0.302	0.306	0.271	0.29	0.296	0.307	0.313	0.31

Evoluția consumului mediu lunar de brânză la nivelul României, în perioada 2010-2020 (kg/persoană)

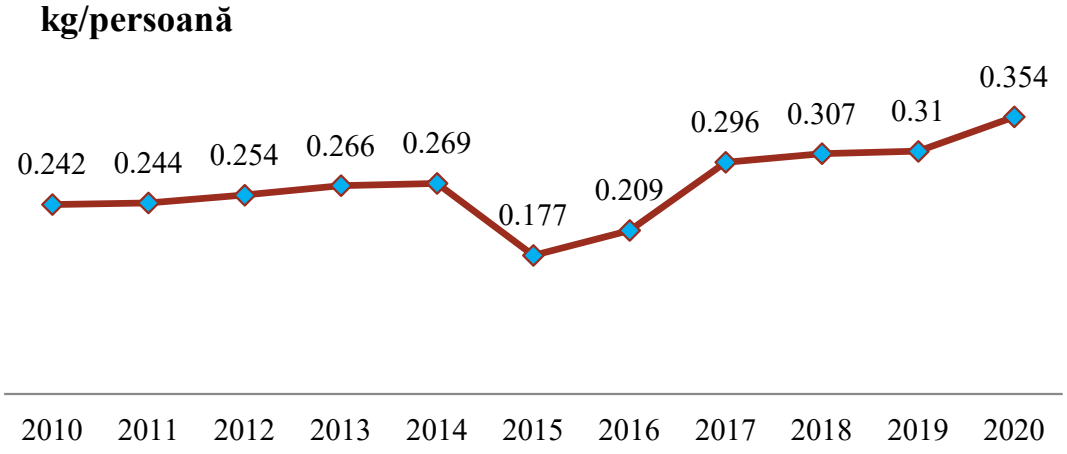
CONSUMUL DE PRODUSE LACTATE ÎN ROMÂNIA



Evoluția consumului mediu lunar de unt la nivelul României, în perioada 2010-2020 (kg/locuitor)

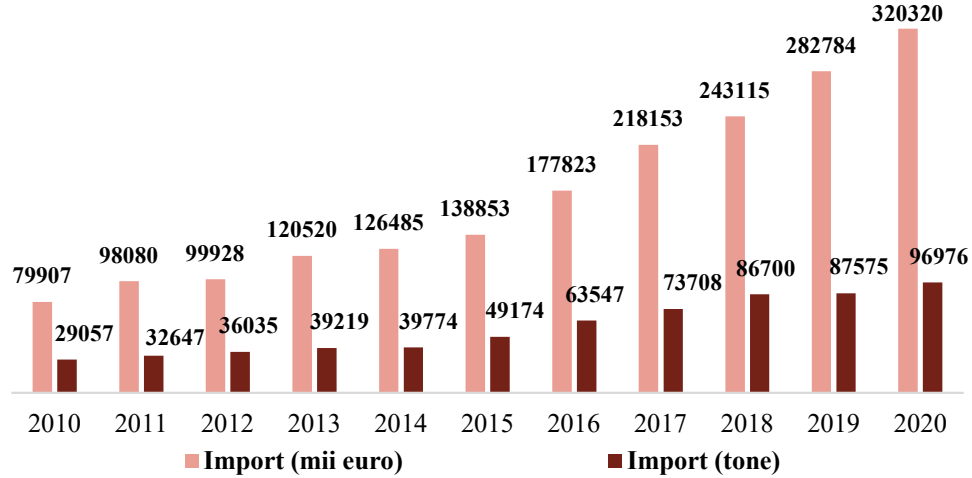
În România, consumul mediu lunar de **unt** crește cu un ritm anual de 5,24%, de la 0,054 kg/ persoană în anul 2010 la 0,09 kg/persoană în anul 2020 reprezentând o creștere de peste 66,7%. Creșterea consumului de unt poate fi pus pe seama reorientării consumatorilor spre un stil de viață sănătos, renunțând la grăsimile vegetale hidrogenate și alegând grăsimile naturale.

Pe piața românească pe lângă brânză și unt, există și alte produse lactate, precum: smântână, iaurt, chefir, lapte bătut ș.a. Analizând consumul mediu anual la astfel de produse, se observă din figura alăturată că a avut o tendință de creștere pe parcursul perioadei analizate, cu excepția anilor 2015 și 2016. La nivelul anului 2020 se consuma în medie lunar 0,354 kg de persoană reprezentând o creștere de 46,3% comparativ cu anul 2010.



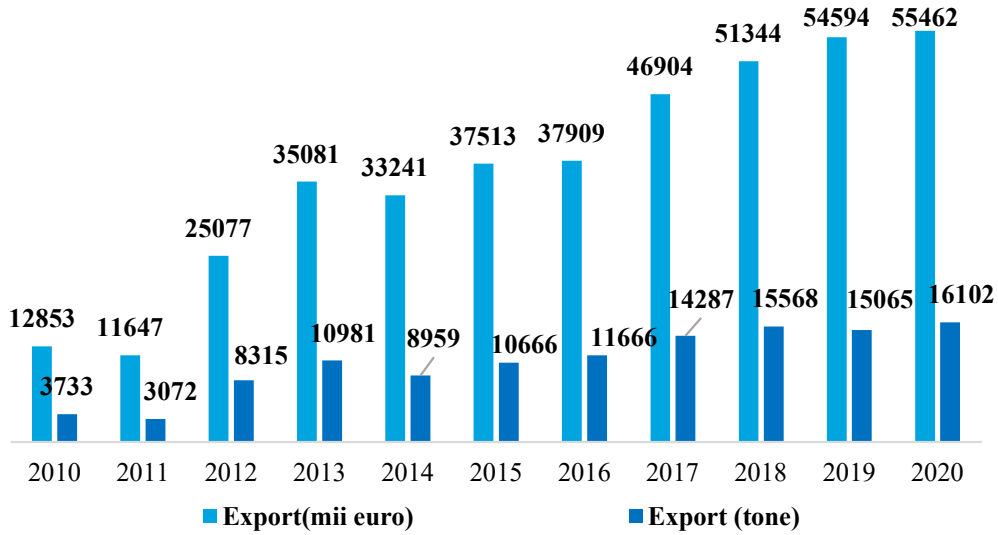
Evoluția consumului mediu anual de alte produse lactate la nivelul României, în perioada 2010-2020 (kg/locuitor)

COMERȚUL PE PIAȚA PRODUSELOR LACTATE



Evoluția importului de brânză în România în perioada 2010-2020

În România, importurile de brânză atât cele cantitative cât și valorice, înregistrează o evoluție ascendentă pe perioada analizată. Pornind din anul 2010, când s-au importat cca. 29 mii tone de brânză la un preț de 2750 euro/tona, în anul următor cantitatea crește la 32,6 mii tone la un preț de 3.004 euro/tonă. În anul 2016 s-a importat o cantitate de 49 mii tone la un preț de 2.823 euro/tonă, iar la nivelul anului 2020 importurile au crescut la 96,97 mii tone cu o valoare de 320 milioane euro rezultând un preț de 3.303 euro/tonă.

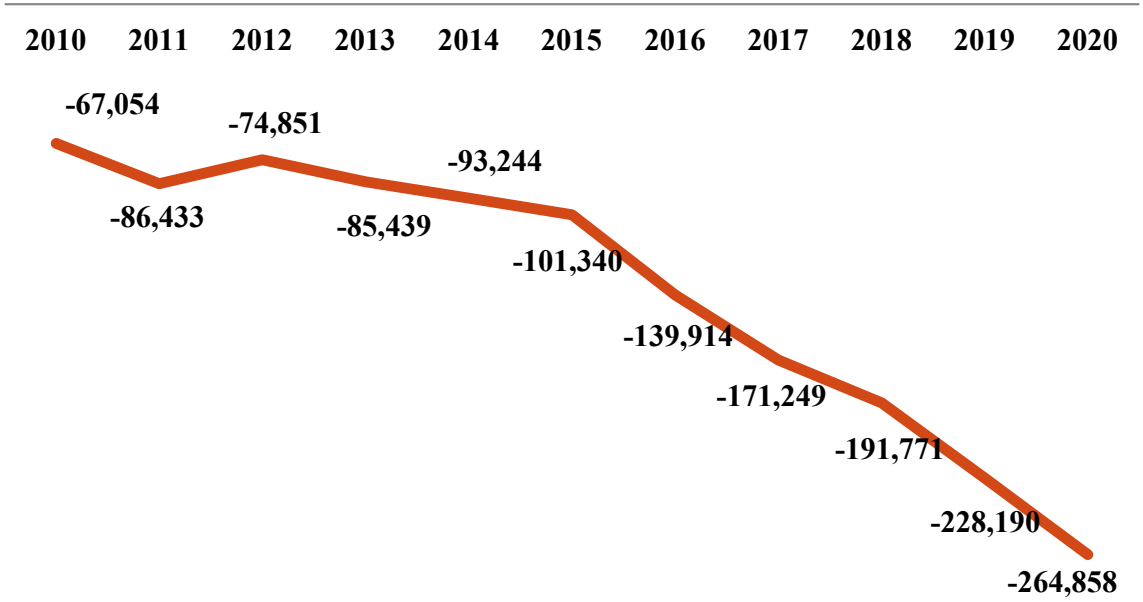


Evoluția exportului de brânză în România în perioada 2010-2020

România a exportat brânză, în perioada 2010- 2020, în valoare de peste 400 milioane euro reprezentând o cantitate de 109,5 mii tone. Se observă creșterea exporturilor în perioada analizată din datele ilustrate, pornind de la o cantitate de 3,7 mii tone cu o valoare 12,8 milioane euro în anul 2010, rezultând un preț pe tona de brânză de 3443 euro. O ușoară scădere se constă în 2014 față de anul anterior, când s-au exportat 8,9 mii tone cu o valoare de 33,2 milioane euro dar la un preț mai ridicat de 3.710 euro/tonă. În anul 2020 s-au înregistrat 16,1 mii tone de brânză pentru export la o valoare de 55,5 milioane euro

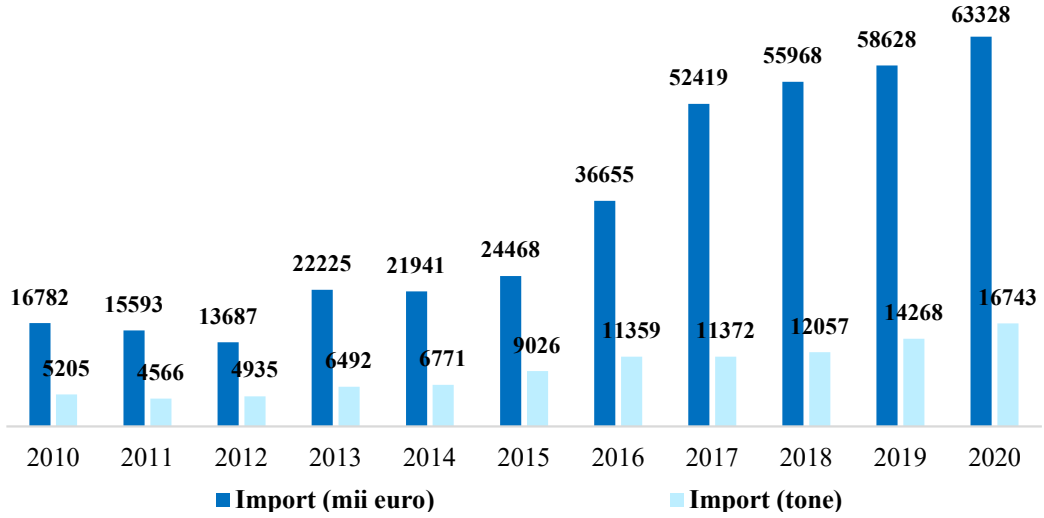
COMERȚUL PE PIAȚA LAPTELUI

Cu toate că în perioada 2010 -2020 au crescut cantitățile de brânză pentru export, importurile au fost mult mai mari, astfel că România a înregistrat un deficit comercial pentru acest produs, care până în anul 2020 a ajuns la 265,8 milioane de euro



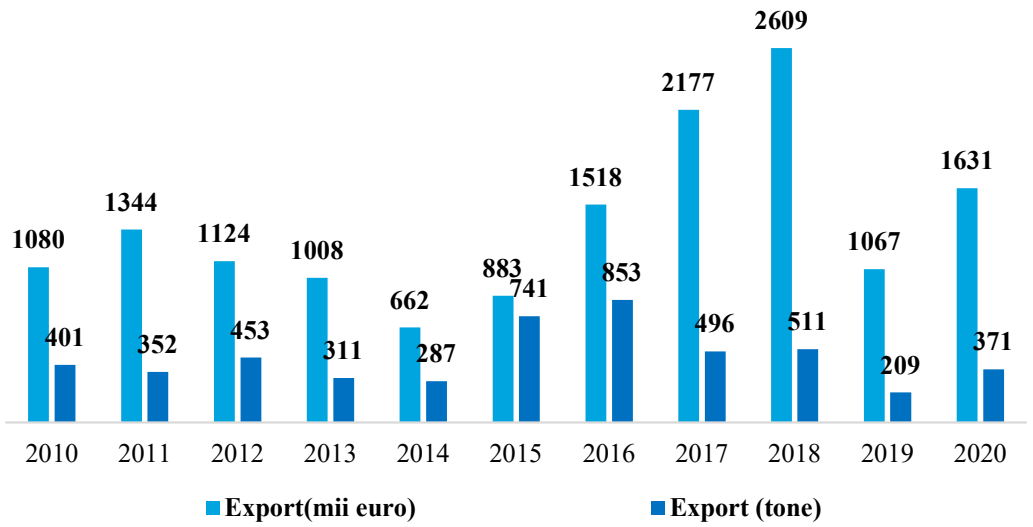
Evoluția balanței comerciale cu brânză în România în perioada 2010-2020 (mii euro)

COMERȚUL PE PIAȚA PRODUSELOR LACTATE



Evoluția importului de unt în România în perioada 2010-2020

Între anii 2010-2012, importul de unt prezenta un trend descrescător, de la 5,2 mii tone (3.224 euro/tonă) la 4,9 mii tone (2.773 euro/tonă). În perioada imediat următoare, importurile de unt cresc ajungând la 6,4 mii tone în anul 2014 cu o valoare de 22,2 milioane euro, iar până în anul 2020 la 16,7 mii tone cu o valoare de 63,3 milioane euro, rezultând un preț de 3.782 euro/tonă.

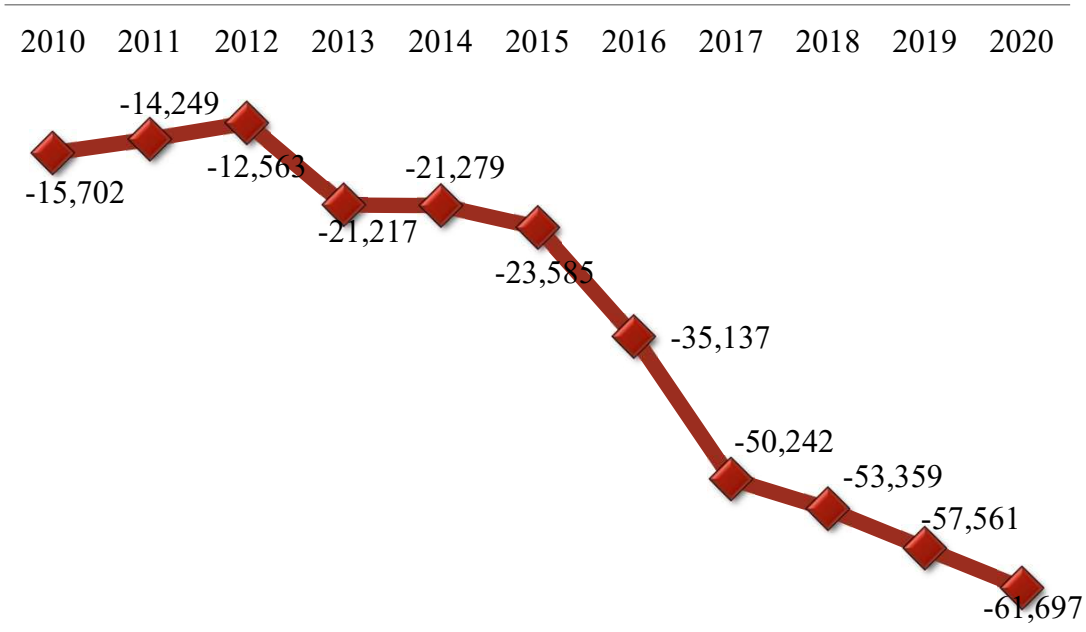


Evoluția exportului de unt în România în perioada 2010-2020

Pe tot parcursul perioadei analizate, exportul de unt a oscilat atât din punct de vedere al cantității cât și valoric. Ce mai mică cantitate de unt a fost exportată în anul 2019 de 209 tone, iar cea mai mare cantitate în anul 2016 de 853 tone. Din punct de vedere al valorii se costată că cea mai mică a fost înregistrată în anul 2014 de 662 mii euro când s-a exportat la un preț de 2.036 euro/tonă și cea mai mare în anul 2018 de 2.609 mii euro, când prețul pe tonă a fost de 5.105 euro/tonă.

COMERȚUL PE PIAȚA LAPTELUI

În urma analizei se poate concluziona că balanța comercială cu unt, în România înregistrează deficit pe toată perioada analizată, cel mai redus fiind în anul 2012 de -12,5 milioane euro iar cel mai accentuat în anul 2020 de -61,7 milioane euro. Accentuarea deficitului din ultimii ani în sectorul lactatelor, poate fi pus si pe seama crizei provocată de pandemia de Covid-19, existând reale probleme pentru comercializarea și a valorificarea produselor, pierderile economice suferite fiind considerabile. Astfel, în anul 2020, datorită măsurilor impuse de autorități, colectarea laptelui a fost dificilă, importurile de lapte și produse lactate fiind favorizate datorită acestor măsuri.



Evoluția balanței comerciale cu unt în România în perioada 2010-2020 (mii euro)

DIAGRAMA CAUZĂ-EFECT

Printre factorii care au contribuit la reducerea cu 16% a producției totale de lapte:

- ***reducerea efectivelor de bovine care poate avea ca și cauză lipsa pășunilor și lipsa forței de muncă;***
- ***prețurile de valorificare reduse drept urmare existenței costurilor de producție ridicate dar și a fluxului crescut de importuri de lapte și produse lactate.***

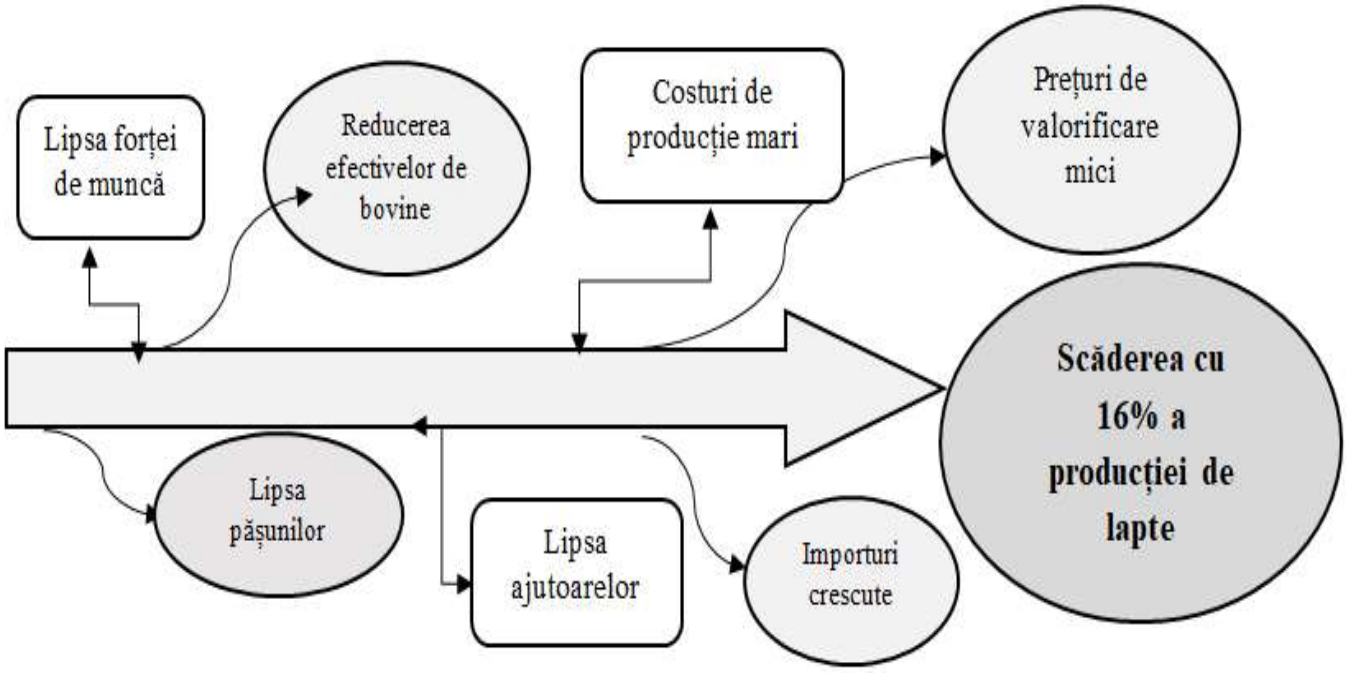


Diagrama cauză-efect a sectorului laptelui

ANALIZA SWOT A SECTORULUI LAPTELUI

PUNCTE TARI

- Investiții străine în unități de procesare și ferme destinate creșterii bovinelor;
- Existența fermelor de vaci de lapte crescute în sistem ecologic;
- Existența fabricilor de obținere a produselor lactate ecologice;
- Costuri reduse de obținere a producției de lapte;
- Producții în creștere de lapte procesat și produse lactate;
- Suprafețe mari ocupate cu pășuni și fânețe;
- Creșterea numărului de produse lactate certificate.

PUNCTE SLABE

Cantități mari destinate autoconsumului;

- Deficite majore cu privire la calitatea laptelui si a produselor lactate;
- Sezonalitatea obținerii producției de lapte;
- Fragmentarea si dimensiunea medie extrem de redusa a fermelor de vaci de lapte;
- Lipsa unor ferme de vaci de dimensiuni mari care sa asigure obținerea unor partizi mari de lapte;
- Lipsa unităților de colectare a laptelui;
- Randamente de lapte reduse;
- Dificultăți majore în sectoarele de producție a laptelui

OPORTUNITĂȚI

- Creșterea consumul mediu anual de lapte;
- Piața potențială mare;
- Atragerea investitorilor străini;
- Orientarea producătorilor către organizarea în cooperative;
- Orientarea consumului populației către produse naturale, sănătoase, bogate în minerale, favorizează consumul de lapte și produse lactate;
- Pătrunderea pe noi piețe de desfacere;
- Proiecte finanțate de UE pentru dezvoltarea zonelor rurale.

AMENINȚĂRI

- Costul în creștere al materiei prime;
- Lipsa unor mecanisme de încurajare a cooperării între producători pe filiera laptelui, inclusiv facilitarea accesului pe piețe;
- Lipsa informațiilor de piață pentru producătorii de lapte;
- Penetrarea masivă a importurilor de produse de calitate, pe piața românească;
- Dobânzile ridicate și pericolele de grație reduse pentru creditele investiționale;
- Prețuri reduse ale laptelui si ale produselor lactate importate;
- Acceptarea unui nivel precar de calitate la lapte și produse lactate;

CONCLUZII

- Importanța economică a laptelui pe piaţa agroalimentară este pusă în evidenţă de structura sa şi rolul pe care îl are în consumul populaţiei. Astfel, se prezintă importanță biologică a laptelui din care derivă şi calitatea sa de produs strategic pe piaţa agroalimentară.

- Odată cu apariția pandemiei provocate de Covid-19, în cadrul sectorului zootehnic, au existat și există dificultăți și probleme legate de imposibilitatea de a comercializa și a valorifica produsele de origine animală obținute, pierderile economice suferite fiind considerabile. Din cauza restricțiilor impuse în transportul animalelor către procesare/vânzare, dar și a problemelor legate de diminuarea drasctică a prețului la achiziție și a exportului de animale vii, sectorul bovin în special a avut pierderi substanțiale care au contribuit la diminuarea efectivelor de animale cu 8,7% în 2020 comparativ cu anul 2015.

- Dimensiunea redusă a exploatațiilor de vaci de lapte, slaba dezvoltare a infrastructurii, mediul economic turbulent, mai ales în zonele rurale, se reflectă foarte bine în producția totală de lapte obţinută, astfel că în anul 2019 s-au obținut cu 16% mai puțin comparativ cu anul 2010.

- În urma analizei la nivelul Uniunii Europene în anul 2020, s-a constatat că România ocupă locul 4 cu o producție de cremă de brânză de 68,31 mii tone, în creștere cu 45% comparativ cu producția înregistrată în anul 2010 (46,8 mii de tone). În cazul producției de brânză, România se situează pe locul 3 la nivelul Uniunii Europene în anul 2020, pe primul loc aflându-se Olanda (938,54 mii de tone), urmată de Polonia (893,78 mii de tone). De asemenea, s-a înregistrat o creștere de peste 52% a producției de brânză în România în anul 2020 (97,36 mii de tone), comparativ cu producția din anul 2010 (63,96 mii de tone). În ceea ce privește producția de unt, România a produs în anul 2020 de 12,16 mii de tone, prezentând o creștere de peste 24% comparativ cu anul 2010 (9,76 mii de tone).

CONCLUZII

- Prețul de vânzare al laptelui, este mic, în medie 2 lei/l, așadar, fermierii nu își mai pot acoperi costurile de producție, astfel își reduc efectivele. Prețul brânzei din lapte de vacă prezintă creșteri în perioada analizată, astfel, în anul 2010 s-a înregistrat un preț de 10,44 lei/kg, ajungând în anul 2020 la prețul de 15,67 lei/kg, prezentând o creștere de peste 50%. O posibilă cauză a creșterii prețurilor brânzeturilor în ultimii ani, poate fi pusă pe seama stocurilor limitate și a cererii înregistrată de pe piața internă.Majorarea prețului în anul 2020 poate fi cauzat de cererea ridicată în perioada pandemiei Covid-19.

- În ceea ce privește consumul de lapte, se remarcă un trend ascendent, ceea ce denota faptul că populaţia României se orientează către un stil de viață sănătos. În perioada pandemiei COVID-19, tendințele globale de consum s-au modificat, implicit comportamentul consumatorilor și canalele de cumpărare. Digitalizarea de care a avut parte anul 2020, a avut efecte pozitive, cât și negative asupra producătorilor de lapte și produse lactate.

- Consumul mediu lunar de unt prezintă creșteri în perioada analizată, astfel în anul 2010 a fost înregistrat un consum de 0,054 kg/ locuitor de unt, ajungând în anul 2020 la 0,09 kg/locuitor de unt, prezentând o creștere de peste 66%. Creșterea consumului de unt este pus pe seama reorientării consumatorilor spre un stil de viață sănătos, renunțând la grăsimile vegetale hidrogenate și alegând grăsimile naturale.

- Balanța comercială în sectorul laptelui este negativă și deficitul a crescut semnificativ în ultimii ani (de la 47,9 milioane euro în 2010 la 68,5 milioane euro în 2017), cererea internă fiind completată prin importuri.

- În România, importurile de brânză, atât cele cantitative cât și valorice, înregistrează o evoluție ascendentă începând cu anul 2010, când valoarea a depășit 79 de milioane de euro, ajungând în anul 2020 să fie peste 320 de milioane de euro, în creștere cu peste 300%. În ceea ce privește exportul de brânză, acesta crește în perioada analizată, astfel în anul 2020 au fost înregistrate exporturi în valoare de 55 de milioane de euro, în creștere cu peste 300% față de valoarea exporturilor înregistrate în anul 2010 (12 milioane de euro).

CONCLUZII

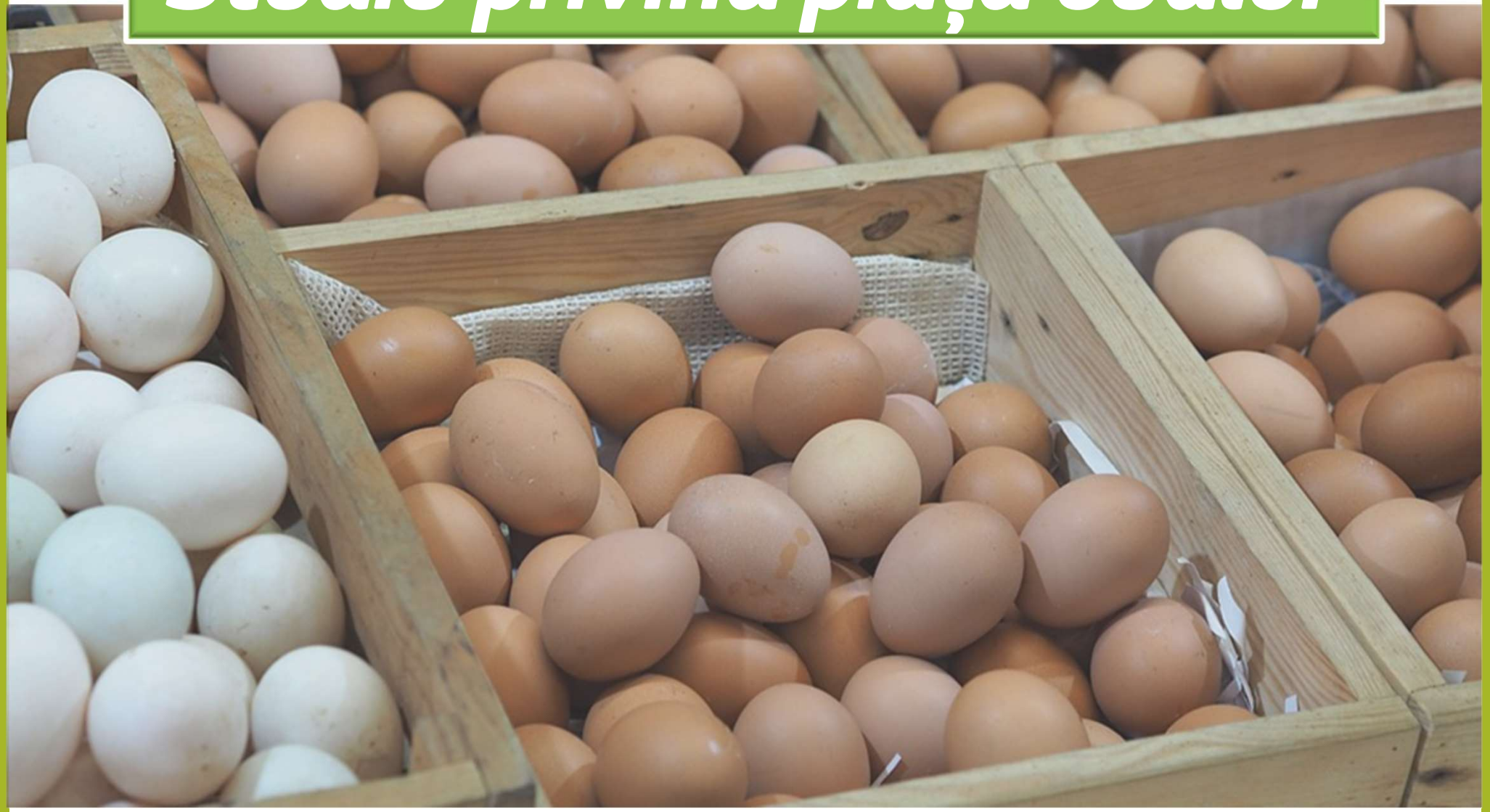
- Importul de unt prezintă un trend ascendent începând cu anul 2014, când valoarea importurilor a atins 21,9 de milioane de euro, ajungând în anul 2020 la valoarea de 63,3 de milioane de euro, reprezentând o creștere de 200%. În cazul importurilor cantitative, valoarea maximă a fost atinsă în anul 2020 (16,7 mii de tone), reprezentând o creștere de peste 200% comparativ cu cantitatea înregistrată în anul 2010 (5,2 mii de tone). Deficitul comercial al untului a înregistrat de România prezintă un trend crescător, atingând un maxim în anul 2020 (61,7 de milioane de euro). În anul 2012 s-a înregistrat o diminuare a deficitului comercial atingând valoarea de 12,5 de milioane de euro.

- Din cauza dificultăților care au apărut, pentru continuarea dezvoltării și funcționării în condiții optime a acestui sector, a fost nevoie de măsuri economice adecvate, de susținere a activității, în vederea asigurării hranei, a materiilor prime precum și menținerea locurilor de muncă.

- În cazul în care aceste măsuri nu ar fi existat, crescătorii din sectorul bovini ar fi fost în imposibilitatea de a-și continua activitățile, ajungându-se la reducerea sau chiar eliminarea de pe piață a unui număr semnificativ de crescători de bovine, precum și apariția unor efecte sociale importante. Astfel au existat ajutoare de stat cu caracter temporar pentru susținerea activității de creștere a animalelor din sectorul bovin în contextul crizei economice generate de pandemia COVID – 19, având ca scop compensarea pierderilor cauzate de pandemia COVID-19.

- Ajutorul pentru depozitarea privată este un alt mecanism prin care UE protejează sectorul produselor lactate de perturbarea pieței. În sectorul lactatelor, acest sprijin este disponibil pentru unt și brânzeturi cu denumire de origine protejată (DOP) / indicație geografică protejată (IGP).

Studiu privind piața ouălor



EFECTIVELE DE PĂSĂRI ȘI PRODUCȚIA DE OUĂ ÎN U.E. ȘI ROMÂNIA

La nivelul Europei, țara care deține cel mai mare număr de pui din rase de găini ouătoare este Franța fiind urmată de Germania, Olanda și Spania.

(mii pui)

Numărul puilor din rase de găini ouătoare- mii pui eclozați

Țara	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Media perioadei
Franța	51,85	54,48	54,45	52,43	54,11	52,31	48,60	47,00	49,41	51,63
Germania	46,55	44,21	44,88	47,64	-	45,67	42,12	45,32	39,81	44,53
Olanda	37,33	38,67	40,25	39,98	46,14	48,03	39,19	47,16	41,82	42,06
Spania	32,88	27,39	29,39	31,22	29,91	33,16	34,44	37,86	38,24	32,72
Polonia	29,32	28,73	29,04	30,86	30,37	34,47	36,47	35,95	34,62	32,20
Italia	32,91	30,99	18,48	4,37	3,27	3,97	6,08	4,37	8,41	12,54
Austria	8,75	8,46	9,34	10,03	9,20	9,18	9,55	9,28	9,44	9,25
Ungaria	7,27	7,23	8,88	8,94	10,34	10,31	8,91	8,13	8,53	8,73
Belgia	8,56	7,27	7,37	7,55	7,05	6,26	5,99	7,35	5,74	7,02
Finlanda	3,70	3,98	4,23	3,87	3,99	3,89	3,90	3,40	3,88	3,87
România	3,74	2,35	1,68	1,63	0,60	0,39	0,37	0,08	1,26	1,34

Sursa: ec.europa.eu, accesat în data de 06.09.2021

(milioane bucăți)

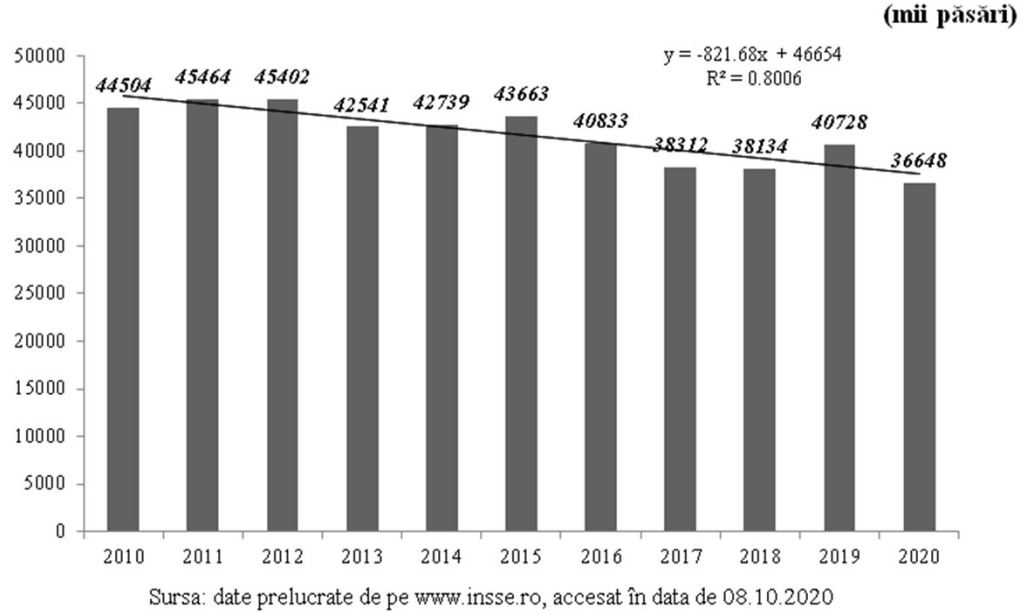
Producția de ouă pentru consum la nivelul țărilor UE-milioane bucăți

Țara	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Media perioadei
Franța	-	14.600	13.293	13.720	14.365	14.365	13.100	13.907
Spania	11.787	12.251	12.193	12.968	13.300	13.185	12.871	12.651
Germania	-	11.557	11.807	11.979	12.087	12.325	-	11.951
Polonia	-	-	-	-	9.406	10.138	10.291	9.945
România	-	5.548	5.584	5.812	5.568	5.196	4.887	5.433
Belgia	-	2.044	1.971	2.072	1.771	1.281	1.570	1.785
Portugalia	1.474	1.548	1.712	1.711	1.737	-	1.775	1.660
Ungaria	-	-	1.480	1.405	1.420	1.485	1.512	1.460
Danemarca	1.112	1.111	1.133	1.188	1.223	1.234	1.322	1.189
Bulgaria	781	-	861	942	985	978	1.058	934
Croația	562	572	517	619	577	530	548	561

Sursa: ec.europa.eu, accesat în data de 06.09.2021

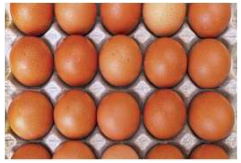
În ceea ce privește producția de ouă pentru consum la nivelul țărilor membre ale Uniunii Europene analizate, se remarcă faptul că, în anul 2019, Franța deține cea mai mare producție de ouă, urmată de Spania și Polonia, România clasându-se pe locul cinci în topul țărilor membre UE cu 5.433 milioane bucăți.

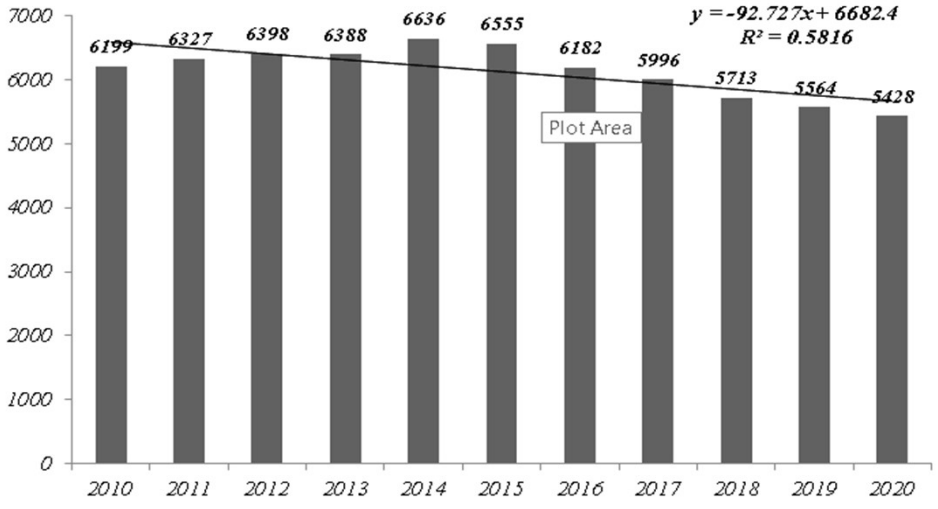
Evoluția efectivelor de păsări ouătoare la nivelul României, în perioada 2010-2020



Sursa: date prelucrate de pe www.insse.ro, accesat în data de 08.10.2020

La nivelul anului 2020, numărul păsărilor ouătoare în România a scăzut la 36.648 mii păsări, cu aproximativ 18% mai redus față de cel înregistrat în anul 2010.





Sursa: date prelucrate de pe www.insse.ro, accesat în data de 23.08.2020

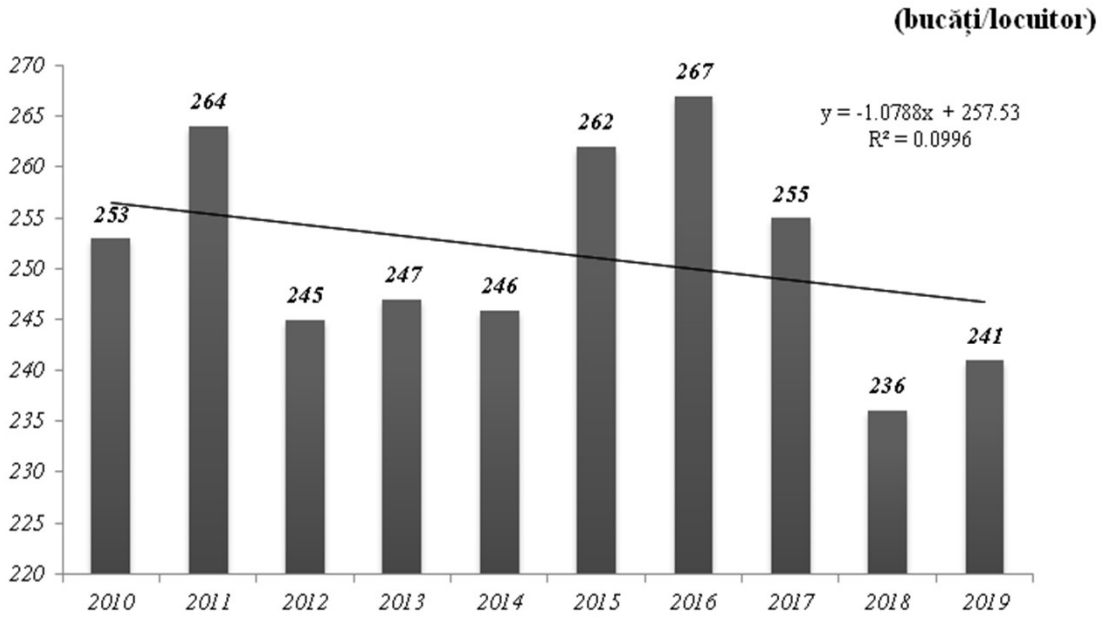
DINAMICA PRODUCȚIEI INTERNE DE OUĂ

În perioada 2010-2020, s-a observat faptul că producția de ouă la nivelul României a avut un trend descendent, astfel că la sfârșitul anului 2020 producția de ouă era cu 12,43% mai redusă față de anul de referință. Prin calculul ecuației de tendință se constată faptul că producția de ouă a scăzut în medie, în perioada analizată, cu un număr de 92,7 mil. bucăți anual.

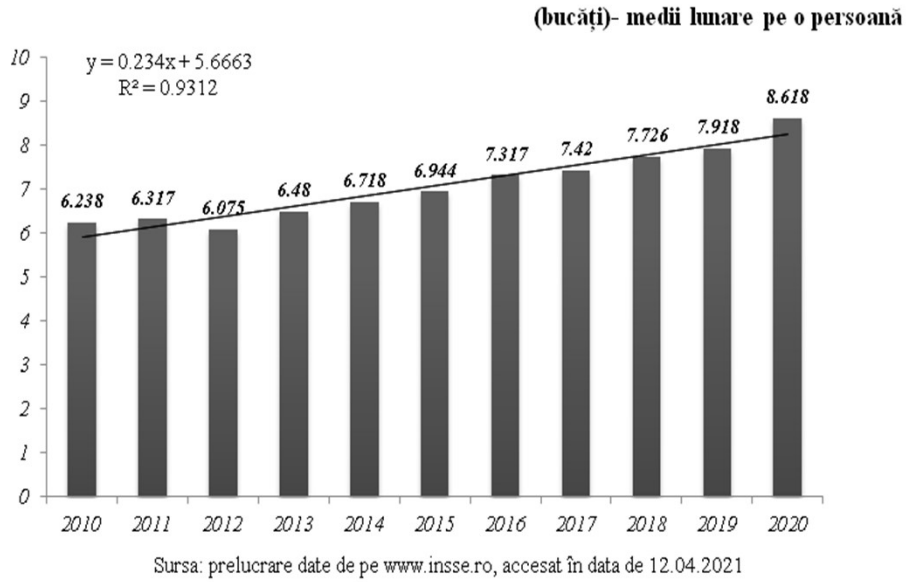
Consumul mediu anual pe locuitor la ouă în România

Un român mănâncă, în medie, 240-250 de ouă anual, ceea ce reprezintă un consum de 20 până la 22 de ouă într-o lună obișnuită, însă în luna în care se sărbătorește Paștele, consumul pe locuitor se ridică la circa 30 de ouă.

Consumul de ouă a scăzut în medie anual, în perioada analizată, cu cca. -1,08 bucăți/locuitor. La nivelul anului 2018 s-a evidențiat o scădere a consumului cu aproximativ 7% față de consumul înregistrat în anul 2010, iar în anul 2019, acesta a înregistrat o scădere cu 4,74% față de același an luat ca referință.



Sursa: date prelucrate de pe www.insse.ro, accesat în data de 08.10.2020



Sursa: prelucrare date de pe www.insse.ro, accesat în data de 12.04.2021

În medie anual, cantitatea de ouă cumpărate de o persoană a crescut cu 0,23 bucăți.

IMPORTUL DE OUĂ ÎN ROMANIA

Valorile înregistrate la importuri, pe categorii de produse, în perioada 2010-2020

Specificație	*Valoarea importurilor (mii euro)*										
	Ani										
	2010	*2011*	*2012*	*2013*	*2014*	*2015*	*2016*	*2017*	*2018*	*2019*	*2020*
Ouă de păsări, în coajă, proaspete, conservate sau fierte	22.677	23.222	17.484	18.536	19.885	25.167	22.879	24.720	21.454	25.898	28.965
Ouă de păsări, fără coajă și gălbenușuri, proaspete, uscate, gătite la aburi sau fierte în apă, congelate	5.039	5.271	6.436	5.543	4.597	5.353	5.776	8.192	8.457	8.189	7.896

Sursa: www.intracen.org, accesat în data de 12.04.2021

Valoarea importurilor în perioada 2010-2020, a înregistrat limite cuprinse între 17.484 mii euro în anul 2012 și 28.965 mii euro în anul 2020, atunci când s-a înregistrat o creștere cu aproximativ 28% față de valoarea importurilor din anul 2010, respectiv 22.677 mii euro.

Principalele țări de la care România a importat ouă în anul 2020

(valoare- mii euro)

Nr. crt.	*Țara*	*2020*
1.	Polonia	10.285
2.	Ungaria	7.212
3.	Bulgaria	4.594
4.	Grecia	2.239
5.	Slovacia	1.028

Sursa: www.intracen.org, accesat în data de 12.04.2021

EXPORTUL DE OUĂ DIN ROMÂNIA

Valorile înregistrate la exporturi, pe categorii de produse, în perioada 2010-2020

Valoarea exporturilor (mii euro)										
	Ani									
Specificație	***2010***	***2011***	***2012***	***2013***	***2014***	***2015***	***2016***	***2017***	***2018***	***2019***	***2020***
Ouă de păsări, în coajă, proaspete, conservate sau fierte	6.442	3.714	12.616	14.874	9.137	13.866	7.354	12.537	17.263	18.599	14.958
Ouă de păsări, fără coajă și gălbenușuri, proaspete, uscate, gătite la aburi sau fierte în apă, congelate	2.350	1.981	7.608	6.003	4.069	6.432	3.820	3.386	4.721	2.080	1.716

Sursa: www.intracen.org, accesat în data de 12.04.2021

S-a observat un trend descendent al valorii exporturilor în perioada 2010-2020. Astfel, la ouăle de păsări, în coajă, proaspete, conservate sau fierte, valoarea exporturilor a variat între 3.714 mii euro în anul 2011 şi 18.599 mii euro în anul 2019, atunci când s-a evidenţiat o creştere cu 65% faţă de valoarea exporturilor înregistrată în anul 2010, respectiv 6.442 mii euro. La nivelul anului 2020, s-a remarcat o reducere a valorii exporturilor cu 20% faţă de valoarea din anul 2019.

Principalele țări care au importat ouă din România în anul 2020

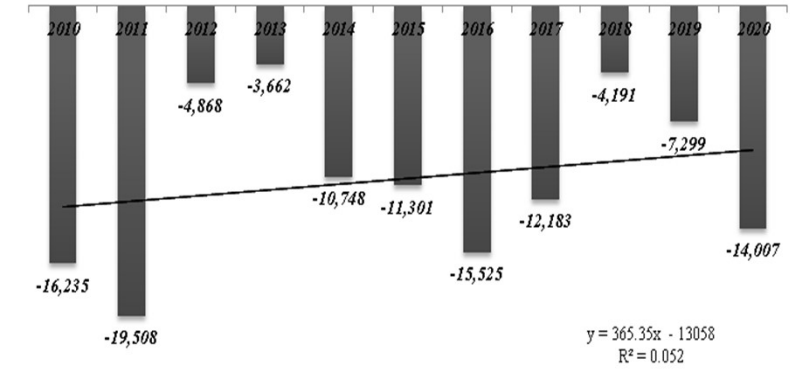
(valoare- mii euro)

Nr. crt.	*Țara*	*2020*
1.	Italia	7.075
2.	Bulgaria	3.243
3.	Germania	1.154
4.	Ungaria	1.038
5.	Austria	713

Sursa: www.intracen.org, accesat în data de 12.04.2021

BALANȚA COMERCIALĂ OUĂ

Evoluția balanței comerciale a importurilor și exporturilor de ouă de păsări, în coajă, proaspete, conservate sau fierte în perioada 2010-2020

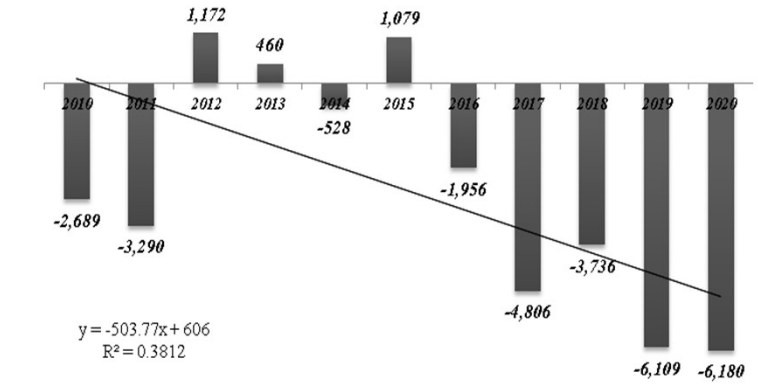


Sursa: prelucrare date de pe www.intracen.org, accesat în data de 12.04.2021

Deficitul balanței comerciale cu produse agroalimentare este reprezentat aproape în totalitate de produsele procesate, astfel încât se poate considera faptul că dezvoltarea ramurii de procesare este o prioritate la nivel României.

Valoarea importurilor de ouă este superioară valorii exporturilor, rezultând astfel o balanță comercială deficitară, evidențiindu-se astfel dependența României față de importurile de ouă din Polonia, Ungaria și Bulgaria, acestea fiind principalele țari de la care România a importat ouă în anul 2020.

Evoluția balanței comerciale a importurilor și exporturilor de ouă de păsări, fără coajă și gălbenușuri, proaspete, uscate, gătite la aburi sau fierte în apă, congelate în perioada 2010-2020

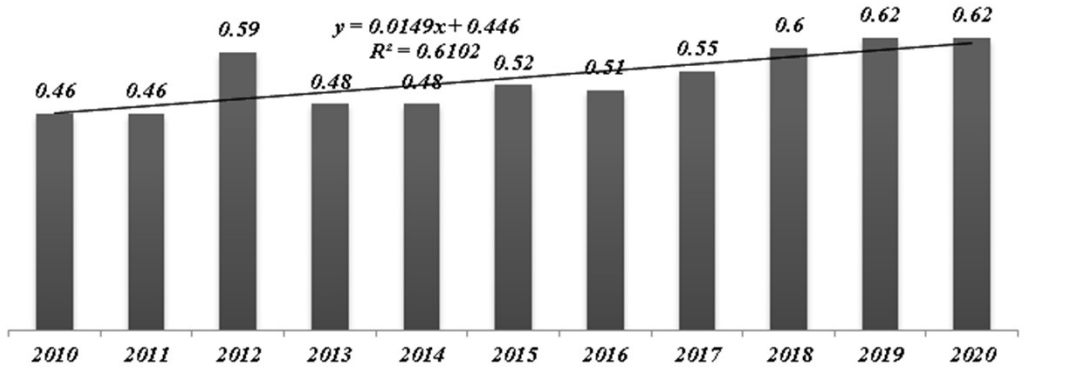


Sursa: prelucrare date de pe www.intracen.org, accesat în data de 12.04.2021

PREȚURILE INTERNE ALE OUĂLOR DE GĂINĂ

Linia de tendință indică o creștere a prețurilor medii ale ouălor de găină, în perioada analizată, cu 0,0149 lei/bucată anual. Analiza pieței românești a ouălor, în contextul european actual, a indicat faptul că majorările de prețuri de la sfârșitul anului 2017, ar putea fi explicate de anumiți factori conjuncturali, precum criza producției de ouă din anumite state membre ale Uniunii Europene sau ciclicitatea producției.

Evoluția prețurilor medii anuale ale ouălor de găină în perioada 2010-2020, la nivelul României



Sursa: date prelucrate de pe www.insse.ro, accesat în data de 12.04.2021

Prețul mediu anual al ouălor de găină a avut o tendință ascendentă cu un ritm anual de 3,03%, cu mici oscilații, înregistrând un minim al perioadei de 0,46 lei/bucată în anii 2010, respectiv 2011 și un maxim de 0,62 lei/bucată în anul 2019, respectiv 2020, atunci când s-a evidențiat o creștere cu 26% față de minimul perioadei.

PIAȚA OUĂLOR ECOLOGICE DIN ROMÂNIA

Efectivele de păsări exploatate în sistem ecologic în România la nivelul perioadei 2012-2019

(mii păsări)

Specificație	*2012*	*2015*	*2016*	*2018*	*2019*	*Media*	**Coeficient de variație (%)*	*Ritm anual de creștere (%)*
Păsări de curte vii	60,12	74,22	63,25	83,86	128,60	82,21	32,59	10,04
Păsări de curte vii, cu excepția găinilor ouătoare și a puiilor de carne	0,02	-	-	-	1,46	0,93	85,17	-
Găini ouătoare	60,06	69,83	60,22	-	127,14	75,01	39,34	-1,91

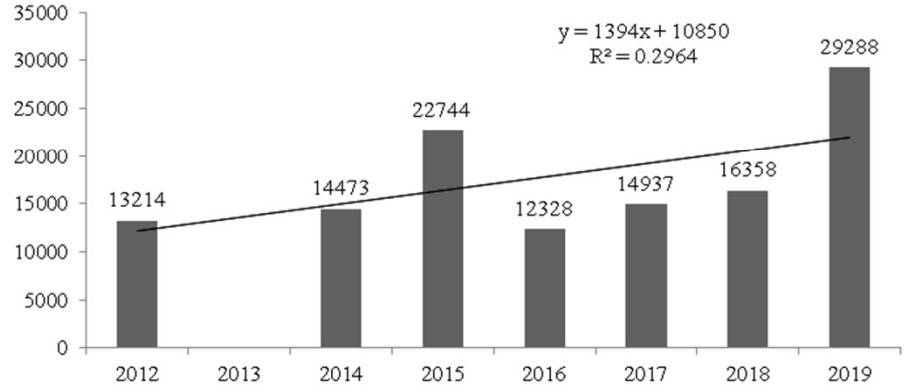
Sursa: www.europa.eu, accesat în data de 19.04.2021

*Coeficient de variație (<10- mic; 10-20- mijlociu; >20- mare)

La păsările crescute în curte, la nivelul anului 2019 (128,60 mii păsări), s-a remarcat o creștere cu 113,9% față de numărul efectivelor de păsări din anul 2010 (60,12 mii păsări). În ceea ce privește găinile ouătoare, s-a remarcat o creștere semnificativă de la 60,06 mii găini ouătoare în anul 2010 la 127,14 mii găini ouătoare în anul 2019, reprezentând o creștere de 111,67%.

La nivelul anului 2019 (29.288 mii ouă) s-a înregistrat o creștere cu 121,64% față de anul 2012 (13.214 mii ouă). O posibilă cauză a dezvoltării producției de ouă certificate ecologic poate fi pusă pe seama creșterii consumului pentru produsele ecologice, care continuă să fie în plină ascensiune.

Evoluția producției de ouă provenite de la găini crescute în sistem ecologic la nivelul perioadei 2012-2019 (mii bucăți)



Sursa: www.europa.eu, accesat în data de 19.04.2021

STUDIU PRIVIND PREFERINȚELE CONSUMATORILOR FAȚĂ DE LAPTE ȘI PRODUSE LACTATE

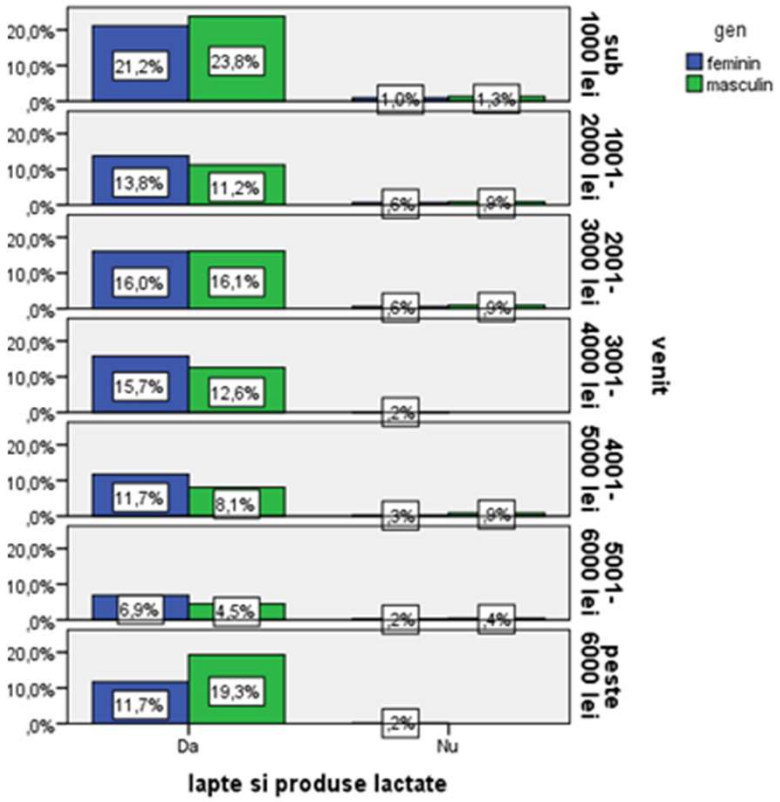
Scopul studiului:

Determinarea profilului consumatorului de lapte și produse lactate, având în vedere importanța economică deosebită a acestei categorii de produse în alimentație.

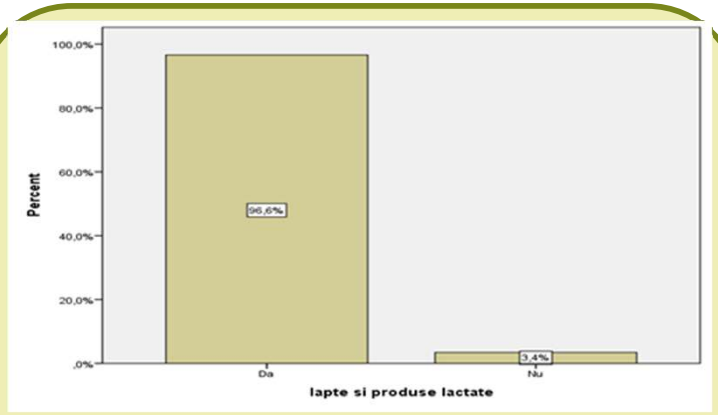
Determinarea profilului consumatorilor de lapte și produse lactate s-a realizat utilizându-se ca metodă de cercetare ancheta cantitativă, având ca instrument de lucru un chestionar auto-administrat. Eșantionul selectat a fost compus din 847 respondenți. Chestionarul a fost structurat în 22 întrebări.

STUDIU PRIVIND PREFERINȚELE CONSUMATORILOR FAȚĂ DE LAPTE ȘI PRODUSE LACTATE

Structura consumului de produse de lapte și produse lactate în funcție de gen și venit



"Consumați lapte și/sau produse lactate?"

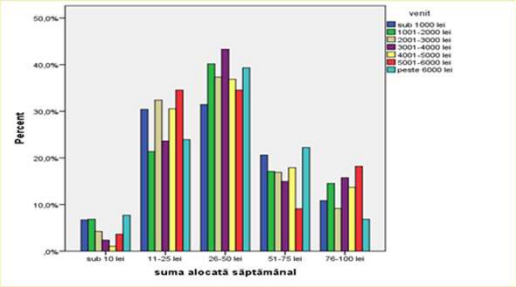


96,6% dintre respondenți sunt consumatori, respectiv 3,4% sunt non-consumatori de lapte și/sau produse lactate

Dintre cei care nu consumă lapte și produse lactate, 3,0% sunt de gen feminin și 4,5% sunt de gen masculin . În ceea ce privește venitul, 5,1% din respondenții cu venituri cuprinse între 1001-2000 lei, 4,6% din respondenții cu venituri sub 1000 lei și 4,2% din respondenții cu venituri cuprinse între 2001-300 lei și 4001-5000 lei **nu consumă lapte și/sau produse lactate.**

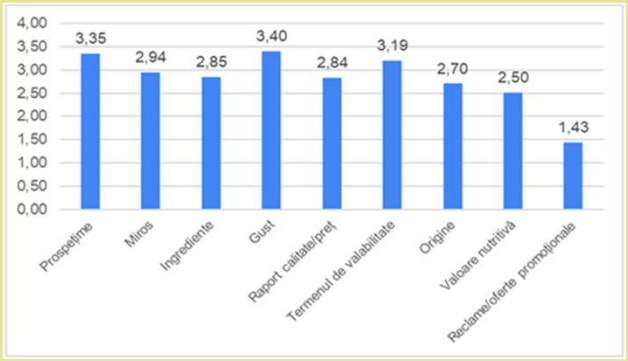
STUDIU PRIVIND PREFERINȚELE CONSUMATORILOR FAȚĂ DE LAPTE ȘI PRODUSE LACTATE

„Ce sumă alocați – în medie – săptămânal pentru cumpărarea laptelui și produselor lactate?”



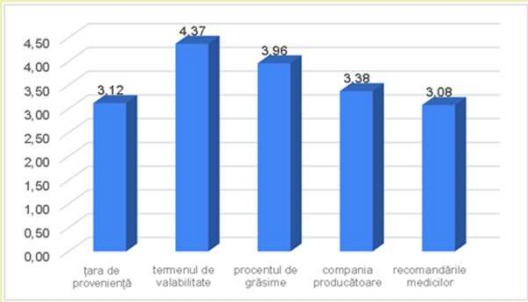
sub 10 lei reprezintă suma alocată pentru achiziția laptelui și produselor lactate de 5,0% dintre respondenți, respectiv pentru 7,7% din respondenții cu venituri peste 6000 lei;
76-100 lei reprezintă suma alocată pentru achiziția laptelui și produselor lactate de 12,0% dintre respondenți, respectiv pentru 18,2% din respondenții cu venituri cuprinse între 5001-6000 lei.

„Care sunt criteriile ce influențează decizia de cumpărare a laptelui și produselor lactate, în ordinea importanței?”



Se observă faptul că pe primele locuri, din punctul de vedere al importanței acordate în decizia de cumpărare a laptelui și produselor lactate, se află: gustul, prospețimea, termenul de valabilitate, mirosul, ingredientele, raportul calitate/preț, iar la polul opus se află originea, valoarea nutritivă și reclamele/ofertele promoționale.

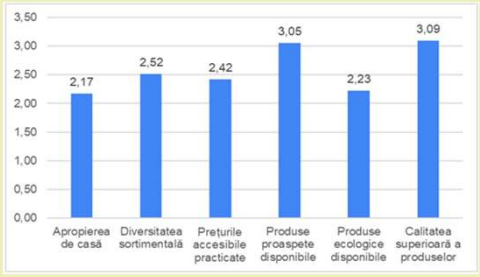
„Care este importanța acordată următorilor factori în decizia de cumpărare a laptelui și produselor lactate?”



Pe primele locuri, din punctul de vedere al importanței acordate în decizia de cumpărare a laptelui și produselor lactate, se află termenul de valabilitate, procentul de grăsime, compania producătoare, iar la polul opus se află țara de proveniență și recomandările medicilor.

STUDIU PRIVIND PREFERINȚELE CONSUMATORILOR FAȚĂ DE LAPTE ȘI PRODUSE LACTATE

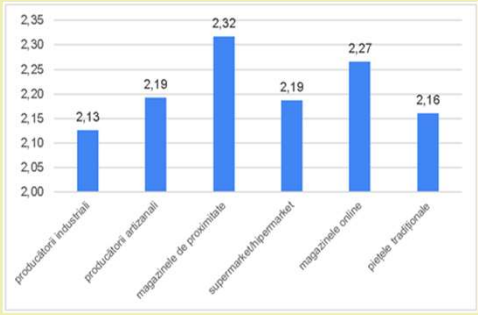
„Ce importanţă au următoarele criterii în alegerea locului de achiziție a laptelui și produselor lactate menționat anterior ca fiind frecvent?”



Se observă faptul că pe primele locuri, se află produsele proaspete disponibile, calitatea superioară a produselor, diversitatea sortimentală, prețurile accesibile practicate, iar la polul opus se află produsele ecologice disponibile și apropierea de casă.

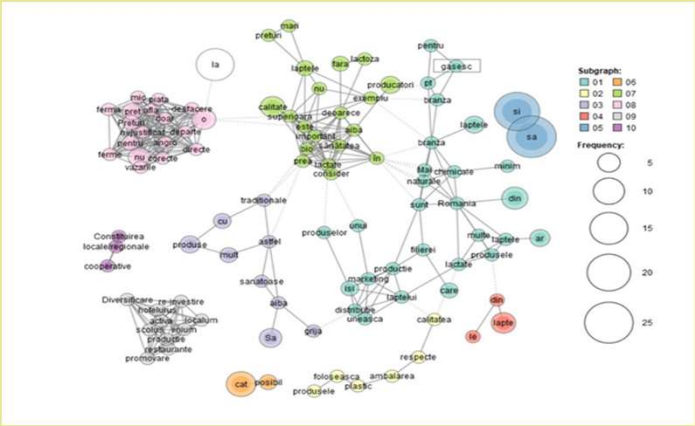
„Cum considerați prețurile practicate pentru lapte și produse lactate în raport cu calitatea?”

Pe primul loc, în funcție de raportul calitate-preț, se află magazinele de proximitate, urmate de magazinele online, producătorii artizanali, supermarket/hipermarket, piețele tradiționale și producătorii industriali.



„Aveți recomandări față de producătorii de lapte și produse lactate?

- Pentru micii producători, principala recomandare este asocierea în grupuri / cooperative locale, în așa fel încât să nu mai depindă de prețurile mici impuse de cei din amontele filierei.
- Pentru marii producători se recomandă „diversificarea sortimentală”, „realizarea de produse fără lactoză” și utilizarea de materie primă din România.

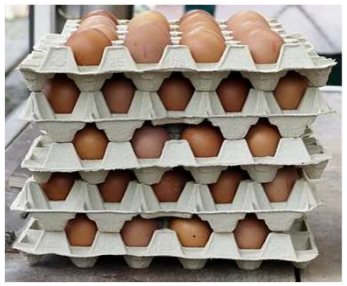


De ordin general, se menționează recomandări în privința ambalajelor, utilizarea sticlei, ca material refolosibil este menționată de mai mulți respondenți, se recomandă adaptarea la produsele de tip „bio”, dar și în privința necesității respectării calității produselor. Numeroase recomandări se îndreaptă în direcția reducerii conținutului de aditivi, conservanți și alte substanțe chimice adăugate în produse și se cere păstrarea nealterată a calității naturale pentru această categorie de produse. De asemenea, prețurile practicate pentru lapte și produsele din lapte sunt caracterizate de unii respondneți drept „nejustificat de mari”, un respondent adresându-se direct mărcii Lăptăria cu caimac pentru această problemă.

STUDIU PRIVIND PREFERINȚELE CONSUMATORILOR FAȚĂ DE OUĂ

Scopul studiului:

Determinarea profilului consumatorului de ouă, având în vedere importanța economică deosebită a acestei categorii de produse în alimentație.

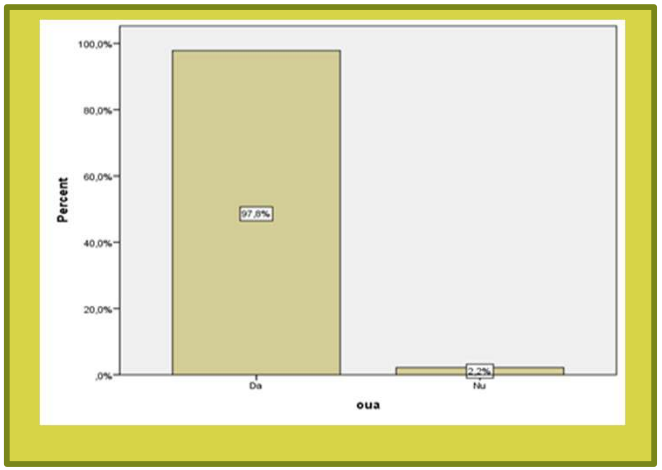


Determinarea profilului consumatorilor de ouă s-a realizat utilizându-se ca metodă de cercetare ancheta cantitativă, având ca instrument de lucru un chestionar auto-administrat. Eșantionul selectat a fost compus din 501 respondenți. Chestionarul a fost structurat în 17 întrebări.

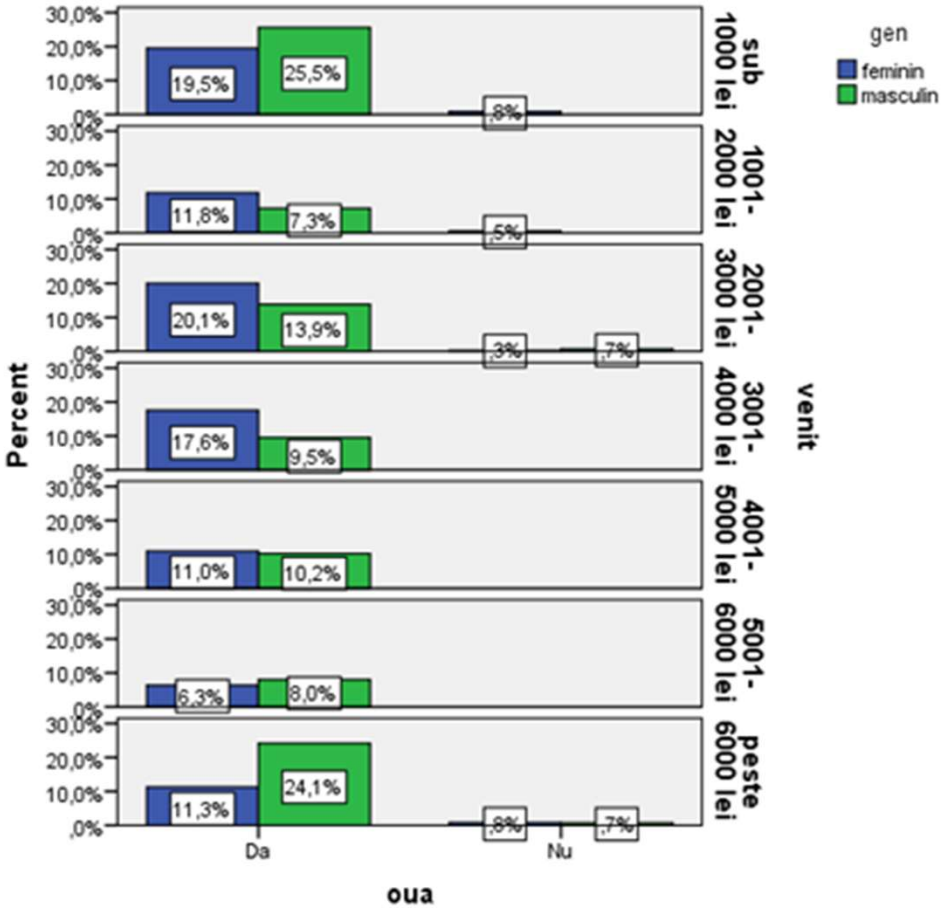
STUDIU PRIVIND PREFERINȚELE CONSUMATORILOR FAȚĂ DE OUĂ

"Consumați ouă?"

97,8% dintre respondenți sunt consumatori, respectiv 2,2% sunt non-consumatori de ouă.



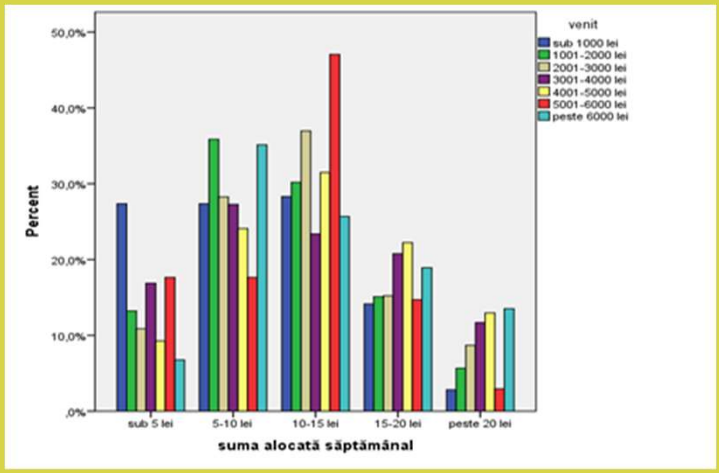
În funcție de gen, 2,5% din respondenții de gen feminin intervievați și 1,5% din respondenții de gen masculin nu consumă deloc ouă.



Structura consumului de ouă în funcție de gen și venit

STUDIU PRIVIND PREFERINȚELE CONSUMATORILOR FAȚĂ DE OUĂ

Ce sumă alocați – în medie – săptămânal pentru cumpărarea ouălor?

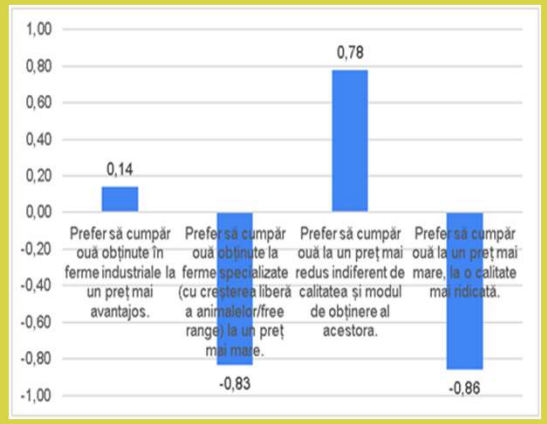


Determinarea sumei alocate săptămânal în funcție de venit

Sub 5 lei reprezintă suma alocată pentru achiziția ouălor de 15,3% dintre respondenți, respectiv pentru 27,4% din respondenții cu venituri sub 1000 lei.

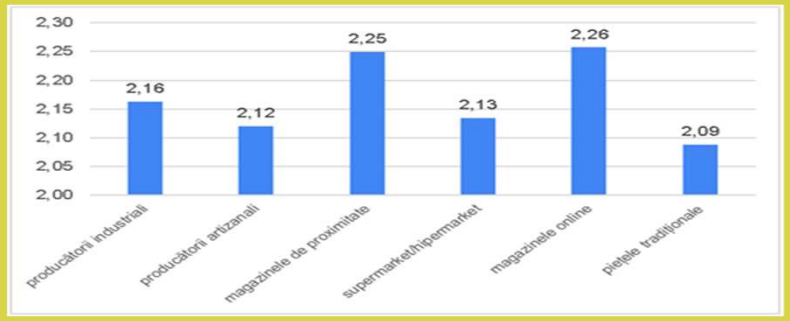
Peste 20 lei reprezintă suma alocată pentru achiziția ouălor de 8,4% dintre respondenți, respectiv pentru 13,5% din respondenții cu venituri cuprinse peste 6000 lei.

„Care este opinia dvs. în legătură cu următoarele afirmații referitoare la decizia de cumpărare a ouălor?"



Respondenții preferă să cumpere ouă la un preț mai redus indiferent de calitate și modul de obținere al acestora. De asemenea, respondenților le este indiferent dacă cumpără ouă obținute în ferme industriale la un preț mai avantajos, respectiv nu sunt de acord să cumpere ouă obținute la ferme specializate la un preț mai mare, respectiv să cumpere ouă la un preț mai mare la o calitate mai ridicată.

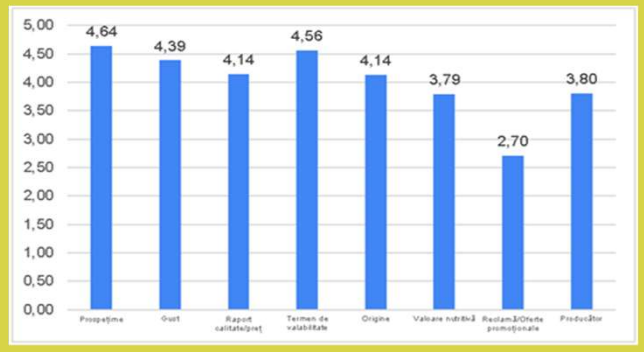
„Cum considerați prețurile practicate pentru ouă în raport cu calitatea?"



În funcție de raportul calitate-preț, se află magazinele online, urmate de magazinele de proximitate, producătorii industriali, supermarket/hipermarket, producătorii artizanali și piețele tradiționale.

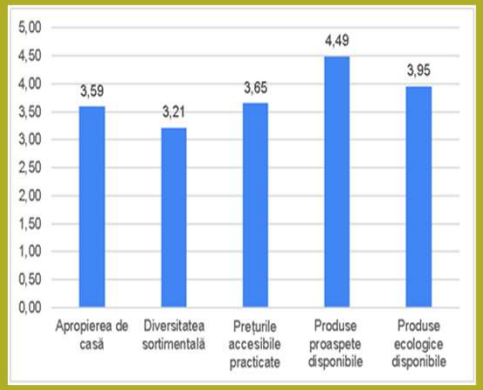
STUDIU PRIVIND PREFERINȚELE CONSUMATORILOR FAȚĂ DE OUĂ

Care sunt criteriile ce influențează decizia de cumpărare a ouălor, în ordinea importanței?"



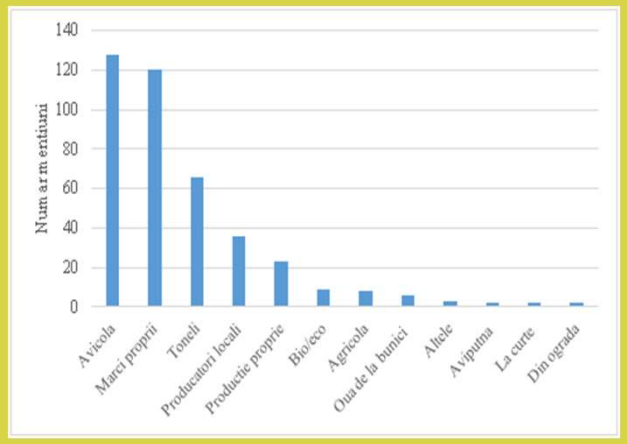
Pe primele locuri, se află: prospețimea, termenul de valabilitate, gustul, raportul calitate/preț, originea, iar la polul opus se află producătorul, valoarea nutritivă și reclama/ofertele promoționale.

„Ce importanță au următoarele criterii în alegerea locului de achiziție a ouălor menționat anterior ca fiind frecvent?"



Pe primele locuri, se află produsele proaspete disponibile, produse ecologice disponibile, prețurile accesibile practicate, iar la polul opus se află apropierea de casă și diversitatea sortimentală.

„De la ce marcă achiziționați ouă?"



Din cele 374 de răspunsuri primite la această întrebare, se poate observa faptul că cea mai menționată marcă este „Avicola", fiind urmată de mărcile proprii ale magazinelor și de Tonelli.

CONCLUZII

În urma realizării ***sudiului privind preferințele condumatorilor față de lapte și produse lactate***, s-au concluzionat următoarele: 96,6% dintre respondenți consumă lapte și produse lactate, iar 3,4% nu consumă aceste tipuri de produse. S-a obervat faptul că pe primele locuri, din punct de vedere al importanței acordate în alegerea locului de achiziție a laptelui și a produselor lactate, se află produsele proaspete disponibile, calitatea superioară a produselor, diversitatea sortimentală, prețurile accesibile practicate, iar la polul opus se află produsele ecologice disponibile și apropierea de casă. În ceea ce privește sursa de aprovizionare s-a remarcat faptul că pe primul loc, în funcție de raportul calitate-preț, se află magazinele de proximitate, urmate de magazinele online, producătorii artizanali, supermarket/hipermarket, pieţele tradiționale și producătorii industriali.

Dacă ne referim la disponibilitatea de a cumpăra lapte și produse lactate la prețuri mai mari în funcție de venit, respondenții cu venituri cuprinse între 2001-3000 lei sunt dispuși, într-o pondere mai mare, să cumpere lapte și produse lactate la prețuri mai mari dacă sunt produse și certificate ecologic, comparativ cu respondenții din celelate categorii de venit.

Marca ce se regăsește în cele mai multe dintre răspunsurile colectate este, de departe, Napolact, cu peste 350 de mențiuni. Aceasta este urmată de Zuzu, o marcă a grupului Albalact (Lactalis).

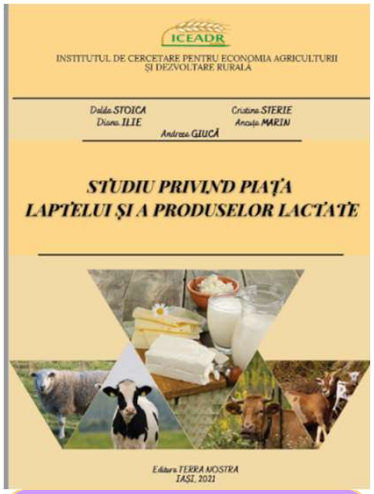
Din analiza pieței ouălor s-au remarcat următoarele: În perioada 2010-2020, atât efectivele de păsări ouătoare, cât și producția de ouă pentru consum au avut o tendință descendentă. În ceea ce privește consumul de ouă, s-a remarcat o scădere a cantității consumate în perioada analizată cu aproximativ 7%, fiind datorată de schimbarea comportamentului de consum a populației, care s-a orientat către un stil de viață sănătos și echilibrat. Analizând comerțului exterior s-a observat faptul că, atât valoarea, cât și cantitatea importurilor înregistrate pe această piață le depășesc pe cele ale exporturilor, obținându-se astfel o balanța comercială deficitară. Polonia este principala țară de la care România importă ouă (10.285 mii euro în anul 2020).

În urma aplicării chestionarului privind ***preferințele consumatorilor față de ouă,*** s-au constatat următoarele aspecte: 97,8% dintre respondenți consumă aceste produse, iar 2,2% nu consumă aceste roduse, cele mai preferate fiind ouăle de găină. Din punctul de vedere al importanței acordate în alegerea locului de achiziție a ouălor, se află: produsele proaspete disponibile, produse ecologice disponibile, prețurile accesibile practicate, iar la polul opus se află apropierea de casă și diversitatea sortimentală. De asemenea, din punctul de vedere al importanței acordate în decizia de cumpărare a ouălor, se află criteriile: prospețimea, termenul de valabilitate, gustul, raportul calitate/preț, originea, iar la polul opus se află producătorul, valoarea nutritivă și reclama/ofertele promoționale. Dacă ne referim la disponibilitatea de a cumpăra ouă la prețuri mai mari în funcție de venit, respondenții cu venituri peste 6000 lei sunt dispuși, într-o pondere mai mare, să cumpere ouă la prețuri mai mari dacă sunt produse și certificate ecologic, comparativ cu respondenții din celelate categorii de venit. De asemenea, respondenții cu venituri cuprinse între 5001-6000 lei ar cumpăra ouă la prețuri mai mari, într-o proporție mai ridicată comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venituri, dacă au o calitate superioară.

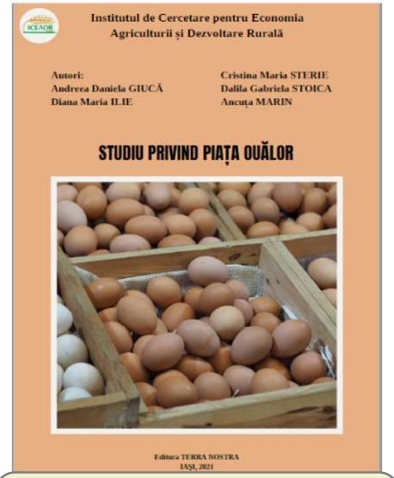
Din cele 374 de răspunsuri primite la întrebarea legată de mărci, s-a observat faptul că cea mai menționată marcă este „Avicola”, în fapt aceasta reprezintă un indicativ pentru industria creșterii păsărilor și nu reprezintă un brand de sine stătător.

Diseminarea rezultatelor obținute

În cadrul Proiectului ADER 24.1.1 - Etapa 3, conform planului de realizare au fost elaborate cărți și broșuri de specialiate, astfel:



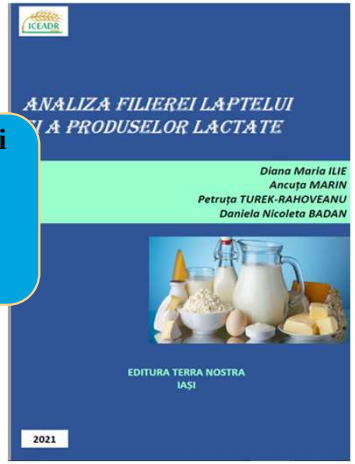
”Studiu privind piața laptelui și a produselor lactate”
Editura TERRA NOSTRA
Iași, 2021,
ISBN: 978-606-623-141-1,

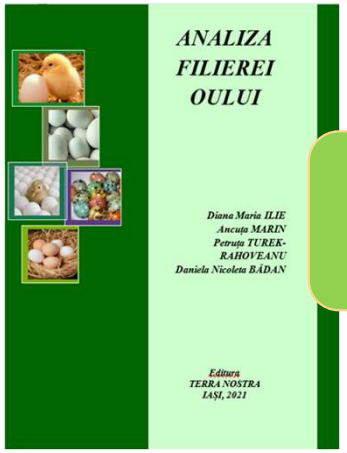


”Studiu privind piata ouălor”
Editura TERRA NOSTRA
Iași, 2021,
ISBN: 978-606-623-142-8

”Studiul privind preferințele consumatorilor față de lapte și produse lactate”
Editura TERRA NOSTRA
Iași, 2021,
ISBN: 978-606-623-143-5

”Analiza filierei laptelui și a produselor lactate”
Editura TERRA NOSTRA
Iași, 2021,
ISBN: 978-606-623-136-7





”Analiza filierei oului”
Editura TERRA NOSTRA
Iași, 2021,
ISBN:978-606-623-137-4

Coordonator	ICEADR București
Adresa de contact	B-dul Marasti nr.61,Sector 1 București, www.iceadr.ro Tel: 0213136087, office@iceadr.ro
Director Proiect	Dr.ing. ILIE Diana Maria E-mail: necula.diana@iceadr.ro

Partener	ASE București
Adresa de contact	Piața Romană nr.6, Sector 1, București, Tel:0213191900, rectorat@ase.ro
Responsabil Proiect	Conf. Univ.dr. LĂDARU Georgiana-Raluca, E-mail: raluca.ladaru@eam.ase.ro