

UNIVERSITATEA "BABEȘ-BOLYAI" CLUJ NAPOCA
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE ȘI GESTIUNEA AFACERILOR

TEZĂ DE DOCTORAT

Rezumat

**Evoluția și perspectivele produselor alimentare ecologice
pe piața Uniunii Europene.
Studiu de caz: România**

**Coordonator științific :
Prof. Univ. Dr. Mihaela Luțăș**

**Doctorand:
Monica Ioana Burcă - Voicu**

Cluj Napoca
2013

Cuprins

Lista figurilor

Lista tabelelor

Lista anexelor

Introducere

Capitolul 1.

Rolul agriculturii în dezvoltarea economică

- 1.1 O scurtă perspectivă macroeconomică asupra rolului agriculturii în dezvoltarea economică – noțiuni și concepte teoretice
- 1.2 Structura cererii și a ofertei la nivelul pieței produselor alimentare
 - 1.2.1 Cererea la nivelul pieței produselor alimentare
 - 1.2.2 Particularitățile ofertei de produse alimentare
- 1.3 Agricultura și globalizarea în secolul XXI
- 1.4 Privire de ansamblu asupra situației agriculturii la nivelul UE cu particularizare pe România
- 1.5 Investițiile străine directe, rolul și impactul acestora asupra agriculturii și a sectorului agro-alimentar în UE și România
- 1.6 Agricultura și produsele alimentare – tendințe
- 1.7 Agricultura și interacțiunea cu mediul înconjurător
 - 1.7.1 Agricultura ecologică
 - 1.7.2 Agricultura ecologică în UE
 - 1.7.3 Trăsături ale agriculturii ecologice din România

Capitolul 2.

Particularitățile liberei circulații a produselor alimentare în cadrul

Uniunii Europene

- 2.1. Libera circulație a mărfurilor în UE – aspecte generale, introductive
- 2.2. Libera circulație a produselor alimentare în cadrul pieței unice
- 2.3. Reglementări generale cu privire la produsele alimentare ecologice
 - 2.3.1 Standardele de calitate în UE – reglementări generale

- 2.3.1.1 Definirea standardelor
- 2.3.1.2 Activitatea de standardizare la nivelul Uniunii Europene
- 2.3.1.3 Avantajele concurențiale și costurile utilizării standardelor
- 2.3.2 Reglementări europene privind agricultura ecologică
- 2.4 Calitatea produselor alimentare
 - 2.4.1 Conceptul de “calitate” a produselor alimentare
 - 2.4.2 Controlul alimentelor și garantarea calității alimentelor
 - 2.4.3 Atestarea calității, certificarea și omologarea produselor alimentare
 - 2.4.3.1 GMP (Good Manufacturing Practices)
 - 2.4.3.2 HACCP
 - 2.4.4 Auditul calității produselor alimentare
 - 2.4.5 Protecția consumatorilor
- 2.5 Calitatea ecologică a alimentelor - produsele alimentare Bio în teoria și politica economică
 - 2.5.1 Certificarea, omologarea și acreditarea produselor ecologice

Capitolul 3.

Piața produselor alimentare ecologice. Produsele alimentare ecologice în economia românească

- 3.1 Privire de ansamblu asupra pieței produselor ecologice – considerații generale
- 3.2 Piața produselor alimentare ecologice
 - 3.2.1 Piața internațională a produselor alimentare ecologice
 - 3.2.2 Piața produselor alimentare ecologice în Uniunea Europeană
- 3.3 Produsele alimentare ecologice în economia românească
 - 3.3.1 Cererea de produse alimentare ecologice
 - 3.3.2 Oferta de produse alimentare ecologice
 - 3.3.3 Istoricul standardizării în România
 - 3.3.3 Etichetarea și marcarea produselor alimentare ecologice
 - 3.3.4 Branduri românești de produse alimentare ecologice.
Protejarea mărcilor.

Capitolul 4.

Studiu de caz: analiza comportamentului consumatorilor în cadrul pieței produselor alimentare ecologice românești și analiza perspectivelor produselor alimentare ecologice românești pe piața Uniunii Europene

- 4.1 Scurtă prezentare a cadrului conceptual al cercetării
- 4.2 Definirea problematicii cercetate, a obiectivelor și ipotezelor de lucru
- 4.3 Metodologia cercetării, a culegerii și analizei de date
- 4.4 Rezultatele cercetării – analiza datelor
 - 4.4.1 Analiza datelor obținute în urma implementării chestionarelor la nivelul eșantionului de consumatori din Cluj-Napoca
 - 4.4.2 Analiza datelor obținute în urma implementării chestionarelor la nivelul eșantionului de consumatori din Deva
 - 4.4.3 Analiză comparativă a datelor obținute în urma implementării chestionarelor la nivelul întregului eșantion investigat
 - 4.4.4 Analiză comparativă a datelor obținute în urma implementării chestionarelor în cadrul organismelor de certificare românești și în cadrul reprezentanțelor organismelor de certificare internaționale din România
 - 4.4.5 Analiză comparativă a datelor obținute în urma implementării chestionarelor în cadrul câtorva companii exportatoare de produse ecologice din România
 - 4.4.6 Analiză comparativă a datelor obținute în urma implementării chestionarelor în cadrul câtorva companii importatoare de produse ecologice din străinătate, membre UE
- 4.5. Limitele cercetării și direcțiile viitoare de cercetare
- 4.6 Formularea unor recomandări de politică în domeniu pentru a asigura succesul produselor alimentare “BIO” românești pe piața UE

Concluzii finale

Referințe bibliografice

Anexe

- **Cuvinte cheie:** agricultura ecologică, produse alimentare ecologice, sector agro-alimentar, calitate, certificare, standarde

Introducere

Piața produselor alimentare a înregistrat de-a lungul anilor schimbări importante datorită globalizării și implicit datorită creșterii competiției dintre participanții activi la această piață. Toate aceste modificări alături de cele demografice au impus schimbări care nu au fost întotdeauna în beneficiul calității produselor alimentare comercializate, sau chiar al consumatorilor și nu în ultimul rând al protejării mediului înconjurător.

Relațiile comerciale care se stabilesc la nivel global în cadrul acestei piețe sunt generatoare de importante efecte pozitive asupra dezvoltării economice. Exportul produselor alimentare organice poate să confere o serie de oportunități piețelor naționale ce identifică atractivitatea acestui segment specific de nișă de piață, purtător al unor prețuri ridicate și înregistrând oportunități sporite raportat la cele similare ce ar putea fi generate de comerțul cu produse convenționale.

Conform cercetărilor USDA din anul 2010 sau FiBL - IFOAM din 2012, evoluția pieței produselor alimentare ecologice a fost una pozitivă de-a lungul ultimilor ani, fapt ce se concretizează și ca tendință viitoare de evoluție. Concurența crescândă dintre comercianți și noile tendințe în marketingul acestei categorii de produse, au determinat o serie de schimbări majore la nivelul factorilor de influență cu implicații asupra pieței investigate, motiv pentru care prin intermediul acestei lucrări ne-am propus ca obiectiv central să stabilim care au fost pașii parcurși, care sunt principalele oportunități, dar și amenințări pe care România le va întâni în viitor în ceea ce privește dezvoltarea unui sector agro-alimentar ecologic competitiv la nivelul pieței Uniunii Europene. La baza stabilirii unui astfel de obiectiv a stat ideea conform căreia se poate considera că pentru următorii ani, sectorul agriculturii ecologice precum și cel al produselor agro-alimentare organice pot să constituie un real avantaj competitiv pentru România în cadrul relațiilor comerciale pe care aceasta le stabilește la nivel internațional și cu precădere la nivelul pieței Uniunii Europene.

Așa cum am evidențiat și în cadrul cercetării, la nivelul pieței globale a produselor ecologice cea mai afectată piață de criza economică la nivelul anului 2009, a fost cea europeană datorită scăderii puterii de cumpărare a consumatorilor în cadrul a numeroase piețe

naționale. Cu toate acestea (sintetizând datele prezentate în lucrare), putem afirma că argumentele care susțin în continuare importanța acestui sector de activitate se bazează pe certitudini legate de faptul că, piața europeană a rămas chiar și în acest context cea mai dezvoltată piață de produse ecologice la nivel mondial, atingând aproximativ 50% din consumul global.

În vederea atingerii obiectivelor propuse, structura tezei de doctorat a fost concepută în jurul a patru capitole, care vor încerca o analiză aprofundată atât dintr-o perspectivă calitativă a surselor teoretice reprezentative tematicii analizate, cât și cantitativă prin intermediul chestionarelor aplicate în cadrul eșantionului investigat. Totodată, analiza se va concretiza și printr-o cercetare a cadrului conceptual general și totodată și al celui aplicativ ce definește acest subiect.

La nivel teoretic și conceptual (însă susținut și de date statistice), pe parcursul primelor trei capitole această lucrare și-a propus următoarele obiective prioritare:

- Definierea rolului agriculturii în dezvoltarea economică, cu accent pe interdependența existentă între mediul înconjurător și aceasta;
- Definierea conceptelor legate de libera circulație a mărfurilor în UE și a produselor alimentare în cadrul pieței unice cu accent pe definirea standardelor de calitate și a importanței procesului de certificare;
- Definierea conceptului de calitate a produselor alimentare și de calitate ecologică a acestora;
- Evidențierea diferențelor dintre produsele convenționale și cele ecologice;
- Urmărirea tendințelor de evoluție ale pieței produselor alimentare ecologice atât la nivelul Uniunii Europene cât și mai ales, în cadrul economiei românești;

Lucrarea de față, a încercat ca element de noutate să își propună în cadrul capitolului 4 o cercetare multicriterială, având ca obiectiv nu doar cercetarea comportamentului consumatorilor români de produse ecologice ci și a perspectivelor pe care aceste produse organice le pot avea la nivelul pieței Uniunii Europene, în vederea formulării unor recomandări viabile de politică în domeniu, cu scopul de a putea asigura succesul pe termen lung al acestei categorii de produse atât pe piața de profil din România cât și într-un context mai larg și anume acela al peței UE.

Capitolul 1.

Rolul agriculturii în dezvoltarea economică

Prin intermediul capitolului 1 am urmărit să definim care este rolul agriculturii în dezvoltarea economică în contextul economic global, printr-o analiză a structurii cererii și a ofertei la nivelul pieței produselor alimentare, a factorilor determinanți de influență (demografici, preț, consum, venit, etc.). Contextualizarea acestei analize a fost realizată printr-o sinteză de ansamblu asupra situației agriculturii la nivelul Uniunii Europene (printr-o trecere în revistă a principalelor momente de reformă PAC) și României, a rolului și a impactului investițiilor străine directe asupra agriculturii și a sectorului agro-alimentar din România. Trecerea spre cercetarea aspectelor ce guvernează sectorul agriculturii ecologice se va impune într-un mod logic datorită impactului pe care mediul înconjurător îl determină asupra agriculturii și implicit prin intermediul principiilor care definesc și guvernează acest sector specific de activitate.

Pentru conturarea cadrului teoretic de definire a celor menționate anterior, a corelațiilor dintre agricultură și creșterea economică, am amintit argumentele utilizate de autorii lucrării "The Limits of Growth" în anul 1972 (Jay W. Forrester, împreună cu profesori ai MIT), Johnstone și Mellor (1961), sau concepte ce stau la baza comerțului internațional și au fost enunțate de către: Adam Smith –"The Wealth of Nations", David Ricardo, S.B. Linder, R. Vernon, etc.

Argumentarea conceptelor teoretice enunțate, a fost completat cu rezultatele a numeroase studii și date statistice cu relevanță atât pentru situația agriculturii la nivel global, la nivelul Uniunii Europene sau al economiei românești (date Eurostat, MADR, INSS, ONRC, etc.). cât și la nivelul factorilor ce influențează această corelație (UN, World Population Prospects, 2010; FAO 2012; OECD-FAO, Agricultural Outlook 2012-2021, etc.).

Analiza implicațiilor pe care le generează agricultura în dezvoltarea economică presupune o contextualizare a acestor problematici la nivel global deoarece condițiile macroeconomice afectează în mod semnificativ schimburile economice și nivelul prețurilor cu implicații care exced granițele naționale ale economiilor datorită interdependențelor economice generate la nivel internațional.

Sectorul agricol din România a fost descris în cadrul lucrării și printr-o analiză SWOT axată pe identificarea caracteristicilor reprezentative atât pentru întreaga agricultură cât și

pentru cea ecologică în mod distinct. Astfel, putem afirma că sectorul agricol românesc este marcat de o serie de oportunități precum: creșterea cererii pentru formare profesională în zonele rurale; accesul la fondurile UE; deschiderea spre comerț, etc. Toate aceste oportunități pot însă să fie ușor umbrite de o serie de amenințări legate de performanțe scăzute și rentabilitatea limitată a acestui sector sau de faptul că există încă foarte multe regiuni cu un nivel ridicat de sărăcie, etc.

Capitolul 2.

Particularitățile liberei circulații a produselor alimentare în cadrul Uniunii Europene

Reglementările UE au condus la formarea unui cadru concurențial ridicat la nivelul pieței interne a Uniunii Europene, firmele trebuind să facă față atât produselor din import, cât și celor de proveniență idigenă. În acest context, standardele de calitate devin imperios necesare, respectarea acestor norme ajungând să confere agenților economici participanți adevărate avantaje concurențiale.

Pentru a putea argumenta oportunitățile pe care le oferă piața produselor alimentare ecologice, Capitolul 2 va avea drept obiectiv principal analiza particularităților liberei circulații a produselor alimentare în cadrul Uniunii Europene și implicit a reglementărilor și standardelor de calitate generale cu privire la produsele alimentare și în special a celor ecologice.

Unul dintre domeniile cele mai reglementate din cadrul Pieței Interne este cel al liberei circulații a produselor, în care se include și cel al produselor alimentare, iar în cadrul acestuia din urmă, cel al produselor ecologice. Schimbările de atitudine ale populației față de produsele alimentare, împreună cu numeroasele beneficii aduse de agricultura ecologică, în special în legătură cu calitatea vieții și dezvoltarea zonelor rurale, conduc către o revalorizare a profesiilor din agricultură și a cerințelor legate de prelucrarea și comercializarea alimentelor. Pentru a consolida concurența între producătorii de produse ecologice și pentru a putea diferenția adevăratele produse BIO de așa numitele “pseudo-bio-produse”, au fost formulate o serie de standarde, atât la nivel internațional, cât și la nivelul Uniunii Europene.

Analiza cadrului legislativ care guvernează libera circulație a produselor alimentare la nivelul Uniunii Europene va cuprinde contextul legislativ ce trebuie avut în vedere în cadrul relațiilor comerciale în perspectiva extinderii volumului exporturilor de produse ecologice

românești în UE. Definierea noțiunii de calitate alături de definirea standardelor și a activității de standardizare în domeniu din Uniunea Europeană (alături de enunțarea avantajelor dar și a costurilor implicate de procesul de standardizare), va constitui unul dintre punctele centrale ale lucrării, deoarece conceptul de “calitate” a produselor alimentare trebuie definit în concordanță cu o serie de aspecte specifice acestei piețe, iar definirea lui în relație cu produsele ecologice alimentare presupune chiar o redefinire a acestei noțiuni, prin impunerea conceptului de “calitate ecologică” a alimentelor.

Pornind de la literatura de specialitate și practica existentă care tratează problema standardelor alimentare și integrându-le în cadrul unei problematice mai largi, ce tratează acest subiect din perspectiva normelor de calitate și a protecției consumatorilor, putem observa că economia modernă trebuie să se bazeze pe creștere economică ce poate fi obținută prin respectarea unor standarde, norme de calitate și protecție a consumatorilor, înlocuind obiectivele axate strict pe cantitate, cu cele ce încurajează obținerea calității.

Standardul reprezintă așa cum am prezentat în cadrul acestui capitol, documentul de referință în certificarea produselor. În contextul competitivității pe plan european, al eliminării barierelor tehnice din calea schimburilor, certificarea joacă un rol din ce în ce mai important, permițând totodată creșterea încrederii consumatorilor în produsele comercializate și asigurarea unui nivel mai înalt de garantare a calității alimentelor.

În acest context, al analizei calității produselor alimentare, calitatea ecologică a fost cea care presupune respectarea unor cerințe referitoare la conservarea și protejarea pe termen lung a mediului înconjurător. Succesul produselor alimentare ecologice românești depinde în mod determinant de modul în care legislația românească din acest domeniu, armonizată cu cea a Uniunii Europene reușește să implementeze și să garanteze condițiile necesare privind controlul, asigurarea calității, a siguranței produselor și a protecției consumatorilor. Neconcordanța dintre standardele naționale și cele ale Uniunii Europene ar duce la scăderea capacității concurențiale și a competitivității produselor românești atât în cadrul Pieței Unice, cât și la nivelul pieței interne din România.

În concluzie, putem sintetiza toate cele de mai sus prin a contura ideea conform căreia la nivel mondial, în contextul globalizării economiei, și al lărgirii Uniunii Europene pentru a atinge dezideratul legat de realizarea unei culturi a calității, bazate pe o infrastructură comună, eliminarea barierelor tehnice în calea schimburilor, certificarea și atestarea calității

produselor alimentare dețin un rol tot mai important în cadrul politicilor de protecție a consumatorilor.

Capitolul 3.

Piața produselor alimentare ecologice. Produsele alimentare ecologice în economia românească

Tendențele de consum alimentar, așa cum am argumentat în baza unor date statistice și cercetări de piață, au susținut în mod constant o evoluție ascendentă atât pentru cererea cât și pentru oferta de produse alimentare ecologice, motiv pentru care logica tezei de doctorat impune și o investigație a pieței produselor alimentare organice. Această incursiune va încerca să exemplifice în cifre, în cadrul Capitolului 3, evoluția și tendințele de evoluție viitoare în ceea ce privește piața produselor alimentare ecologice pornind de la nivel global și continuând cu piața de profil a Uniunii Europene, pentru ca în final atenția să fie concentrată asupra produselor alimentare ecologice în economia românească. Totodată ne propunem ca acest capitol să susțină și să argumenteze atractivitatea acestei piețe pentru dezvoltarea sectorului agricol din România, ca identificare a unei nișe de piață încă insuficient valorificată și având un cert și real potențial de dezvoltare.

Concluzia generală a fost aceea legată de faptul că la nivelul întregii piețe a produselor alimentare ecologice (la nivel global, dar și la nivelul UE sau mai specific, în cadrul economiei românești), tendințele de evoluție au fost constant ascendente cu toate că multe dintre celelalte piețe s-au contractat. Acest trend s-a înregistrat atât la nivelul cererii cât și la nivelul ofertei, cu toate că prețurile pentru aceste categorii de mărfuri este unul mai ridicat decât cel al produselor similare convenționale.

În România, la nivelul pieței analizate, consumatorii de produse ecologice nu sunt încă suficient de educați în mod conștient în vederea alegerii acestor categorii de produse, confundând de multe ori produsele alimentare ecologice cu produsele comercializate prin intermediul rețelelor tradiționale (piețe de profil) sau al producătorilor din mediul rural, fără a ține cont de procesul de certificare sau de modul de etichetare specific reglementat pentru această categorie de mărfuri. Se poate identifica cu toate acestea o tendință în creștere atât la nivelul ofertei cât și la nivelul cererii inclusiv în cadrul pieței din România, tendință care

poate să fie în timp dezvoltată în direcția unei alimentații bazate pe produse „sănătoase și sigure”, pe o categorie de produse care să respecte normele de calitate ecologică.

Capitolul 4.

Studiu de caz: analiza comportamentului consumatorilor în cadrul pieței produselor alimentare ecologice românești și analiza perspectivelor produselor alimentare ecologice românești pe piața Uniunii Europene

Rolul consumatorilor în cadrul unei piețe puternic concurențiale este determinant pentru tendințele de evoluție și perspectivele viitoare ale acesteia. Așadar și pentru piața investigată în cadrul acestei teze de doctorat, piața produselor alimentare ecologice, rolul jucat de aceasta de-a lungul ultimilor ani - prin intermediul schimbărilor evidente la nivelul comportamentului consumatorilor și al interesului tot mai crescut al acestora pentru produsele alimentare "sănătoase" - a generat un adevărat avânt al pieței produselor alimentare ecologice.

Pentru culegerea datelor necesare realizării studiului de caz a fost utilizată cercetarea cantitativă pe bază de chestionar, prin intermediul căruia s-a încercat transformarea obiectivelor urmărite în întrebări relevante și concrete pentru a obține un volum cât mai mare de informații.

Cele două obiective majore urmărite au fost formulate după cum urmează:

1. Analiza comportamentului consumatorilor în cadrul pieței produselor alimentare ecologice românești (eșantionul investigat a fost selectat din două orașe – Cluj-Napoca și Deva);

Acest studiu de piață privind analiza comportamentului în consum a utilizatorilor de produse ecologice precum și analiza pieței produselor ecologice din România, a fost realizat pe un eșantion total de 400 de persoane, dintre care au fost declarate valide un număr 394 de chestionare, 178 implementate în orașul Deva și 216 în orașul Cluj-Napoca.

2. Analiza perspectivelor produselor alimentare ecologice românești pe piața Uniunii Europene – chestionarele au fost implementate în anul 2008 în cadrul câtorva organisme de inspecție și certificare din România, precum și în rândul câtorva importatori străini de produse ecologice românești și a unor exportatori de profil din România;

Pentru cercetarea care s-a desfășurat în anul 2008 o parte dintre chestionare au fost completate în cadrul târgului anual BioFach 2008 care s-a desfășurat la Nürnberg (în

Germania) iar restul chestionarelor au fost trimise online și completate în format electronic. Rezultatele finale au cuantificat un număr de 18 chestionare completate de către: **8** exportatori români de produse ecologice, **3** importatori germani de produse ecologice din România, **7** organisme de inspecție și certificare din România.

La nivel de cercetare de piață rezultatele propuse a fi urmărite se vor concentra în jurul următoarelor aspecte:

- Stabilirea ponderii consumatorilor de produse ecologice din rândul populației investigate și evaluarea factorilor motivaționali care determină achiziția;
- Evaluarea atitudinii consumatorilor cu privire la produsele ecologice, atitudine estimată a fi favorabilă, dar care considerăm că nu se regăsește întotdeauna și în consum;
- Informațiile obținute să poată să stabilească gradul de cunoaștere a consumatorilor cu privire la: diferențele dintre produsele ecologice și cele convenționale, importanța certificării produselor ecologice, mărcile de produse românești existente în cadrul pieței din România, precum și a categoriilor de produse românești cel mai frecvent întâlnite deoarece mulți dintre consumatori se declară consumatori de produse ecologice dar, în realitate, nu diferențiază corect între acestea și produsele alimentare convenționale;
- Evaluarea modului în care produsele ecologice românești se integrează (ca varietate de sortimente, accesibilitate la punctele de comercializare și la informații) în cadrul pieței produselor alimentare românești;
- Evaluarea preferinței consumatorilor pentru produse de proveniență națională sau de import precum și a punctelor de comercializare cel mai frecvent alese de către consumatori;
- Evaluarea perspectivelor pe care le au produsele ecologice românești la nivelul pieței Uniunii Europene;
- Evaluarea modului în care este percepută calitatea produselor ecologice românești atât la nivelul pieței interne din România cât și în rândul importatorilor acestor produse, analiza gradului de competitivitate pe care aceste produse îl înregistrează pe piața externă;
- Evaluarea problemelor care intervin în procesul de certificare, comercializare/ export a produselor alimentare ecologice românești,

- Identificarea măsurilor care ar trebui întreprinse pentru a putea fructifica avantajele oferite de această piață;
- Concluziile să evidențieze informații care să poată sta la baza formulării unor recomandări de politică în domeniu pentru a asigura succesul produselor alimentare “BIO” românești pe piața UE;

Concluzii

Perspectivile pentru agricultura ecologică în România sunt cert pozitive, deoarece: cererea este ridicată la export – concretizată și prin faptul că cea mai mare parte a producției este destinată exportului ceea ce conferă fermierilor și investitorilor posibilități de câștig însemnate; costul forței de muncă, al terenurilor și al capitalului este încă mai mic decât în țările de origine a potențialilor investitori; piața românească este o piață relativ tânără, cu multe posibilități de exploatare. Cu toate acestea, agricultura ecologică nu trebuie să fie văzută ca singura soluție viabilă pentru reabilitarea întregului sector agricol român ci ca o nișă de piață cu potențial încă nevalorificat la capacitatea sa reală. Totodată ar mai trebui amintit aici și faptul că sunt încă insuficiente reglementări pentru a asigura trasabilitatea corectă și autenticitatea produselor ecologice și că de cele mai multe ori consumatorul român nu are o percepție corectă asupra a ceea ce înseamnă cu adevărat un produs ecologic cu toate că se declară a fi consumator de produse organice.

Sectorul agro-alimentar ecologic s-a dezvoltat foarte mult în România în ultimii ani, și există un interes constant în încurajarea acest domeniu, interes care ar trebui să se dezvolte într-un avantaj competitiv pentru agricultura românească în perioada următoare în cazul în care toate condițiile UE privind asigurarea calității, standardele armonizate, siguranța produselor și protecția consumatorului sunt respectate.

Așa cum putem concluziona sintetizând informațiile din lucrare, se conturează ideea conform căreia la nivel mondial, în contextul globalizării economiei, și al lărgirii Uniunii Europene pentru a atinge dezideratul legat de realizarea unei culturi a calității, bazate pe o infrastructură comună, eliminarea barierelor tehnice în calea schimburilor, certificarea și atestarea calității produselor alimentare dețin un rol tot mai important în cadrul politicilor de protecție a consumatorilor.

Piața produselor alimentare ecologice a fost definită și analizată în cadrul lucrării luând în calcul specificul și trăsăturile definitorii ale pieței produselor alimentare ecologice în economia românească. Concluzia generală a fost aceea legată de faptul că la nivelul întregii piețe a produselor alimentare ecologice (la nivel global, dar și la nivelul UE sau mai specific, în cadrul economiei românești), tendințele de evoluție au fost constant ascendente cu toate că multe dintre celelalte piețe s-au contractat. Acest trend s-a înregistrat atât la nivelul cererii cât și la nivelul ofertei, cu toate că prețurile pentru aceste categorii de mărfuri este unul mai ridicat decât cel al produselor similare convenționale. Așa cum am încercat să subliniem și prin intermediul rezultatelor obținute în urma cercetării realizate în ultimul capitol, dezvoltarea unor branduri de produse alimentare ecologice românești ar putea să reprezinte unul dintre cele mai importante instrumente pentru comercializarea cu succes pe piața Uniunii Europene (și nu numai) de produse cu valoare adăugată pentru a depăși momentul în care România reprezintă doar o sursă competitivă de materii prime.

În cadrul ultimului capitol – Capitolul 4, au fost propuse două teme de cercetare. Obiectivele de cercetare și rezultatele generate de studiu pentru prima problematică propusă au vizat:

- Identificarea procentului de consumatori ai produselor alimentare ecologice la nivelul întregii piețe a produselor alimentare investigate – 63% dintre cei chestionați;
- Evaluarea gradului de cunoaștere a consumatorilor cu privire la:
 - diferențele dintre produsele ecologice și cele naturale sau cele convenționale: așa cum s-a putut observa, consumatorii conștientizează existența diferențelor însă nu întotdeauna identifică corect aceste diferențe, de multe ori confundând produsele ecologice cu cele comercializate în piețe tradiționale.
 - importanța certificării produselor ecologice - pentru întreg eșantionul, certificarea este importantă pentru a determina producătorii și procesatorii să respecte standardele și abia apoi pentru recunoaștere sau sporirea gradului de încredere în aceste produse;
- Mărcile de produse românești existente în cadrul pieței din România și a categoriilor de produse românești cel mai frecvent întâlnite – consumatorii și-au amintit și au invocat mărci de produse ecologice precum LaDorna sau Topoloveni (cu cea mai mare frecvență pentru întreg eșantionul).

- Evaluarea modului în care produsele ecologice românești se integrează (ca varietate de sortimente – insuficiente 69% Cluj – Napoca / 73% Deva, accesibilitate la punctele de comercializare – insuficient 64% Cluj-Napoca / 68% Deva și accesul la informații pentru consumatori – 81% Cluj-Napoca, 77% Deva) în cadrul pieței produselor alimentare românești
- Evaluarea factorilor motivaționali care îi determină pe consumatori să aleagă aceste produse (calitate, protejarea mediului, lipsa aditivilor, preț, etc) – printre cei mai importanți factori în cadrul ambelor eșantioane au fost aleși cei legați de faptul că sunt mai sănătoase, nu conțin E-uri, aditivi, etc., respectă siguranța alimentară, mediul și biodiversitatea, calitatea superioară și gustul. În ceea ce privește aspectul și ambalajul, modul de etichetare, aceștia au fost catalogați ca factori mai puțin importanți.
- Evaluarea frecvenței în achiziția de produse alimentare ecologice, dar și a produselor organice cu cea mai mare pondere în consum. Marea majoritate a celor chestionați achiziționează produse ecologice săptămânal, iar în ceea ce privește categoriile de produse cu cea mai mare frecvență în achiziție acestea au fost: fructele, legumele și produsele lactate. În ceea ce privește cel mai important factor demotivațional ales de către cei chestionați, acesta este prețul Cluj-Napoca – 66%, Deva – 68%).
- Evaluarea preferinței consumatorilor pentru produse de proveniență națională sau de import precum și a punctelor de comercializare cel mai frecvent alese de către consumatori – preferința pentru produsele de origine națională este clară (Cluj-Napoca – 68%, Deva – 82%), la fel ca și achiziționarea acestora direct de la producători sau din comerțul tradițional Cluj-Napoca – 61%, Deva – 60%), sau din supermarket-uri Cluj-Napoca – 28%, Deva – 22%).

Pentru cea de-a doua problematică, cea legată de perspectivele produselor ecologice la nivelul pieței UE au fost definite următoarele obiective:

- Evaluarea perspectivelor pe care le au produsele ecologice românești la nivelul pieței Uniunii Europene – toți cei chestionați din toate categoriile țintă le-au numit a fi favorabile.
- Evaluarea modului în care este percepută calitatea produselor ecologice românești atât la nivelul pieței interne din România cât și în rândul importatorilor acestor produse – în toate cazurile opinia a fost unanimă și a exprimat aprecierea față de nivelul calitativ ridicat al acestora (și în ceea ce privește gustul sau alte elemente de

comparație cu caracter mai puțin standardizabil) nu doar din punctul de vedere al uniformității calității cât și sub aspectul respectării normelor lucru ce era de așteptat datorită faptului că România ca țară membră îndeplinește aceleași standarde ca și celelalte țări participante la schimb.

- Analiza gradului de competitivitate pe care aceste produse îl înregistrează pe piața externă – se apreciază a fi ridicat datorită tuturor argumentelor prezentate anterior, și la care am putea adăuga și faptul că terenurile din România sunt relativ curate iar perioada de conversie este mai redusă decât la nivelul celorlalte state membre.
- Identificarea principalelor categorii de produse ecologice pe care România le exportă – miere, fructe și legume
- Evaluarea problemelor care intervin în procesul de certificare, comercializare/ export a produselor alimentare ecologice românești – în ceea ce privește activitatea de export nu au fost numite probleme semnificative existând o cerere în creștere și nesatisfăcută pentru acestea. În ceea ce privește problemele ce pot interveni în procesul de certificare, au fost amintite următoarele: nerespectarea reglementărilor standardelor (rotația culturilor, suprafețe reduse de leguminoase în asolamente, utilizarea de semințe și material săditor convențional, netratat fără autorizarea OC., înregistrării și documentație incompletă ale activităților ecologice, etc.), utilizarea de produse nelistate pe lista pozitivă a substanțelor permise, detectarea de reziduuri în urma analizelor de laborator a diferitelor produse, lipsa planului măsurilor de protecția plantelor pentru culturile din fermă, etc., cultura paralelă în sistem convențional, furajarea necorespunzătoare a animalelor (depașirea procentelor admise de furaje convenționale).
- Lucrarea a urmărit totodată să identifice și să formuleze câteva măsuri care ar trebui întreprinse pentru a putea fructifica avantajele oferite de această piață în România. Printre acestea putem aminti: Este necesară o mai bună și corectă informare a consumatorilor cu privire la produsele ecologice, cu privire totodată la ceea ce le diferențiază de cele convenționale sau de cele comercializate în cadrul piețelor tradiționale (lipsă de informații dovedită și susținută și de către răspunsurile consumatorilor). Această recomandare rămâne valabilă cu toate că în ultimul timp informațiile referitoare la aceste produse sunt tot mai prezente în mass-media, fapt ceea ce nu a reușit încă să reducă cu mult spre exemplu neîncrederea consumatorilor

în procesul de certificare. Acest tip de promovare poate să fie susținută și de: evenimente ce au un grad mare de vizibilitate (târguri și expoziții, emisiuni Tv, etc), prin implicarea activă de educare și informare din partea unor "purtători de cuvânt" credibili sau având un grad ridicat de notorietate în rândul consumatorilor (doctori – cabinete /clinici medicale /medici de familie /pediatri, nutriționiști, etc), inserții în cadrul unor reviste specializate, acțiuni de informare în cadrul principalelor puncte de comercializare, organizarea de seminarii și conferințe specializate pentru producători și procesatori, evenimente organizate în colaborare cu organizații ale consumatorilor, etc.(unele dintre aceste acțiuni au cunoscut o efervescență sporită în ultima perioada).

- Stimularea creșterii numărului de operatori responsabili de procesarea materiilor prime obținute din agricultura ecologică și totodată încurajarea acestora în a exporta produse purtătoare ale unor mărci românești (important este aici și modul de prezentare, etichetare, ambalare, promovare) și nu exportarea în mare majoritate de materie primă vrac / en-gross, pentru o mai bună recunoaștere, trasabilitate și nu în ultimul rând pentru a oferi posibilitate a creșterii numărului de locuri de muncă, oferirea de oportunități de dezvoltare la nivelul mediului rural precum și obținerea unui spor de valoare economică prin dezvoltarea acestor activități.
- Susținerea fermierilor (informații – cursuri, seminarii, etc., subvenții directe¹, politică de creditare, etc.) pentru a face față dificultăților suplimentare implicate de acest tip de agricultură, precum și pentru a evita eventualele probleme ce pot să apară în procesul de certificare prin reducerea numărului celor care au probleme în momentul certificării datorită nerespectării standardelor și reglementărilor în vigoare. Totodată această susținere ar trebui să fie direcționată și în vederea atragerii de fonduri europene în acest sector de activitate, ratele de absorbție până în acest moment fiind destul de reduse.
- Favorizarea formelor asociative de producție, precum și încurajarea aderării fermierilor la o rețea specializată de producție organică
- Promovarea unui brand de țară unitar pentru produsele ecologice finite, inițiativă care poate să susțină în același timp nu doar această categorie de produse dar și cea a produselor tradiționale românești.

¹ Suma totală alocată pentru subvenții în anul 2012 a fost de 4,098 milioane de euro cu aproape 1 milion mai mare decât anul precedent. – Sursa: EcoMagazin, *Producătorii din sectorul de agricultura ecologica vor putea depune cererile pentru subventii*, 13 septembrie 2012, date accesate în februarie 2013 la adresa: [<http://www.ecomagazin.ro/producatorii-din-sectorul-de-agricultura-ecologica-vor-putea-depune-cererile-pentru-subventii/>];

Pentru a concluziona și a susține cele afirmate anterior și obținute în urma cercetării cu privire la perspectivele pozitive pe care agricultura ecologică le oferă României precum și pentru a susține și a sublinia opinia conform căreia produsele ecologice românești au un real potențial ce poate să fie fructificat cu succes la nivelul pieței UE, putem face o trimitere la cel mai mare târg de profil ce se desfășoară anual la Nuremberg în Germania, târg la care România a fost desemnată anul acesta (2013), "The Country of the Year", ca recunoaștere pentru evoluția pozitivă înregistrată în ultimii ani. Totodată, prin intermediul informațiilor culese, putem astăzi afirma că, perspectivele comercializării de produse alimentare ecologice românești în cadrul pieței UE sunt favorabile, produsele fiind pe deplin competitive cu cele europene. Această cercetare, așa cum s-a putut observa și în cadrul ultimului capitol, a susținut prin informațiile generate formularea unor recomandări de politică ce pot susține dezvoltarea acestei piețe a produselor alimentare ecologice având drept obiectiv principal piața din România fără de care acest sector nu este complet, și fără de care potențialul de dezvoltare al pieței se va limita doar la export și cu siguranță interesul pentru crearea unor mărci românești puternice sau a stimulării agenților economici în a procesa produsele ecologice va fi mult limitată.

Așadar, pentru a putea crea adevărate branduri de produse ecologice românești, conform și cu datele și concluziile generate de cercetarea realizată, accentul va trebui să se concentreze în primul rând la nivelul pieței naționale pentru a crește gradul de încredere al consumatorilor în procesul de certificare a produselor și implicit o dată cu acest deziderat ar trebui diseminate informațiile relevante pentru a fi cunoscute de către consumatori în vederea sporirii interesului acestora față de categoria de produse analizată și nu în ultimul rând pentru corecta recunoaștere a produselor și evitarea achiziției de "pseudo-bio-produse" sub titulatura de produse organice. În ceea ce privește direcțiile viitoare de studiu, acestea ar trebui să țină cont de limitele și obstacolele apărute în implementarea cercetării și analiza datelor pentru a crește gradul de acuratețe al informațiilor colectate precum și al rezultatelor generate.

În ceea ce privește direcțiile viitoare de studiu, acestea ar trebui să țină cont de limitele și obstacolele apărute în implementarea cercetării și analiza datelor pentru a crește gradul de acuratețe al informațiilor colectate precum și al rezultatelor generate. Totodată, acestea, așa cum au fost prezentate și în lucrare, ar putea extinde cercetarea la nivelul întregii piețe a produselor ecologice din România pentru a identifica și a analiza eventualele diferențe sau asemănări apărute la nivelul percepției și al comportamentului consumatorilor de produse

ecologice. Totodată, apreciem că cercetarea din 2008 ar putea fi reluată la nivelul anului 2013 pentru a putea compara punctele de vedere ale organismelor de inspecție și certificare, al exportatorilor români precum și al unui număr semnificativ de importatori străini de produse ecologice românești sub influența schimbărilor ce au avut loc în timp asupra evoluției economiei globale.

Referințe bibliografice

1. Albu, L.L., Caraiani, P., Iordan, M., Studiu: *Perspectivile pieței muncii din România în contextul Strategiei Europa 2020*, Proiect. Îmbunătățirea capacității instituționale, de evaluare și formulare de politici macroeconomice în domeniul convergenței economice cu Uniunea Europeană a Comisiei Naționale de Prognoză, cod SMIS 27153, beneficiar: Comisia Națională de Prognoză, p. 203-228, disponibil la adresa: <http://www.cnp.ro/inovatie/docs/seminar-studii-25-06-2012/Rezumat%20studiu%20Piata%20muncii.pdf>, accesat în aprilie 2013;
2. Alexandratos, N., Bruinsma, J., (2012), *Global Perspective Studies Team, World Agriculture: Towards 2015/203.*, the 2012 revision, FAO, ESA Working Paper No. 12-03, iunie 2012, p.3, disponibil la adresa: <http://www.fao.org/docrep/016/ap106e/ap106e.pdf>, accesat în aprilie 2013;
3. Anițaș, I., (2011), *Piața europeană solicită dublarea producției alimentare ecologice*, Informația Zilei, 16 martie 2011 disponibil la adresa: www.informatia-zilei.ro/sm/locale/piata-europeana-solicita-o-productie-dubla-de-produse-alimentare-ecologice/, accesat în aprilie 2011;
4. ANPC, informații disponibile la adresa: <http://www.anpcpsr.ro/fisiere/AESA.pdf>, accesat în februarie 2012;
5. Apostu, S., (2004), *Managementul calității alimentelor. Sisteme moderne pentru asigurarea calității*, România, Editura Risoprint;
6. Asociația Bio-România, (2010), *Industria ecologică alimentară globală se confruntă cu cereri din ce în ce mai mari de aprovizionare*, 22 decembrie 2010, disponibil la adresa: <http://www.bio-romania.org/industria-ecologica-alimentara-globala-se-confrunta-cu-cereri-din-ce-in-ce-mai-mari-de-aprovizionare/>, accesat în aprilie 2012;
7. Asociația BioRomânia, (2012), *Vânzările de produse organice au urcat la 59 de miliarde de dolari în 2010, un plus de 5 miliarde față de 2009*, 23 februarie 2012, disponibil la adresa: <http://www.bio-romania.org/vanzarile-de-produse-organice-au-urcat-la-59-de-miliarde-de-dolari-in-2010-un-plus-de-5-miliarde-fata-de-2009/>, accesat în martie 2012;
8. Asociația BioRomânia, (2012), *Afacerile bio sfidează criza*, 3 februarie 2012, disponibil la adresa: www.bio-romania.org/afacerile-bio-sfideaza-criza-cresc-anual-cu-20-30/, accesat în martie 2012;
9. Asociația BioRomânia, (2010), *Scurtă privire de ansamblu asupra pieței ecologice din Europa de Est și Bulgaria*, 3 iulie 2010, disponibil la adresa: www.bio-romania.org/scurt-privire-de-ansamblu-asupra-piete-ecologice-din-europa-de-est-si-bulgaria/, accesat în aprilie 2011;
10. ASQ, *Definition of Quality*, disponibil la adresa: <http://asq.org/glossary/q.html>, accesat în octombrie 2011;
11. Badgley, C., Moghtader, J., Quintero, E., Zakem, E., Chappell, M.J., Aviles-Vazquez, K., Samulon, A., Perfecto, I., (2007), *Organic agriculture and the global food supply*, *Renewable Agriculture and Food Systems*, 22 (2), p.86-108, disponibil la adresa: http://www.organicvalley.coop/fileadmin/pdf/organics_can_feed_world.pdf, accesat în aprilie 2013;
12. Bănilă, N., (2012), *România are de trei ori mai mulți agricultori "eco"*, în Capital, 13 februarie 2012, disponibil la adresa: <http://www.capital.ro/detalii-articole/stiri/romania-agricultura-ecologica-operatori-subventii-exporturi-161218.html>, accesat în noiembrie 2012;
13. Bendz, K., Krautgartner, R., Pinckaers, M., Strzelecki, K., (2012), *The EU-U.S. Organic Equivalence Cooperation Arrangement*, Gain Report Nr. NL2006, USDA, 15 februarie 2012, disponibil la adresa:

- [<http://www.ams.usda.gov/AMSV1.0/getfile?dDocName=STELPRDC5097063>, accesat în decembrie 2012;
14. BioFach Congress, (2011), Nürnberg, Germania, 18 februarie 2011, disponibil la adresa: <http://orgprints.org/18365/2/willer-2011-european-market.pdf>, accesat în octombrie 2011;
 15. BioFach Congress, (2013), Nurenberg, Germania, 13-16 februarie 2013, disponibil la adresa: <http://www.biofach.de/en/highlights/country-of-the-year/>, accesat în februarie 2013;
 16. BioFach, (2012), *East European organic markets booming*, februarie 2012, comunicat de presă disponibil la adresa: <http://www.biofach.de/de/presse/presseinformationen/biofach-2012-east-european-organic-markets-booming--pressnews--/?focus=en&focus2=nxps%3A%2F%2Fnueme%2Fpressnews%2F73a47f48-6ee6-4c04-8952-38d3e2039edc%2F%3Ffair%3Dbiofach%26language%3Den>, accesat în martie 2012;
 17. Bîrsan, M., (1999), *Integrare Economică Europeană*, Vol II, Uniunea Europeană-relații economice cu alte zone, România, Editura Fundației CDIMM Maramureș;
 18. Boboc, D., *Managementul calității produselor agroalimentare*, Capitolul 1-Sistemul calității, disponibil la adresa: <http://www.biblioteca-digitala.ase.ro/biblioteca/pagina2.asp?id=cap>, accesat în iunie 2006;
 19. Brown, L., (2012), *Switzerland is the best place to be born in the world (and U.S. is 16th!)*, 26 noiembrie 2012, disponibil la adresa: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2240212/Economist-Intelligence-Unit-Switzerland-best-place-born-2013-U-S-ranks-16.html#ixzz2QaWDNYeE>, accesat în aprilie 2013;
 20. Buiga, A., (2001), *Metodologie de sondaj și analiza datelor în studiile de piață*, Cluj-Napoca, România, Presa Universitară Clujeană;
 21. Burduș, E., (1998), *Management comparat*, București, România, Editura Economică;
 22. Cambridge Journals, (2006), *Organic agriculture and the global food supply*, pag. 94 disponibil la adresa: http://journals.cambridge.org/download.php?file=%2FRAF%2FRAF22_02%2FS1742170507001640a.pdf&code=a2cc28505767dfb191f4e05f6aebbcf2, accesat în noiembrie 2007;
 23. CDEP, informații disponibile la adresa: http://www.cdep.ro/pls/legis/legis_pck.http_act?ida=10223, accesat în noiembrie 2011;
 24. CDEP, O.U. nr. 97 din 21 iunie 2001 privind reglementarea producției, circulației și comercializării alimentelor, Art. 37 și 38, Organizarea controlului oficial al alimentelor, disponibil la adresa: http://www.cdep.ro/pls/legis/legis_pck.http_act_text?id=28425, informații accesate în ianuarie 2012;
 25. Chiriac, D., Humă, C., Mihăilescu, A., (2008), *Dimensiunea ecologică a consumului de bunuri și servicii*, ediție coordonată de Stanciu, M., Academia Româna, Institutul de cercetare a calității vieții. Centrul de Informare și documentare economică, București, Editura Expert;
 26. Ciobanu, C., Maniu, M., Postelnicu, P., Bako, D., Toader, D., Rus, H., Ghiurco, M., Negrușă, S., (1998), *Tranzacții economice internaționale, politici și instituții*, Cluj-Napoca, Ed. University Press;
 27. Comisia Codex Alimentarius, disponibil la adresa: <http://www.codexalimentarius.org/committees-task-forces/en/>, accesată în octombrie 2011;
 28. Comisia Codex Alimentarius, disponibil la adresa: <http://www.codexalimentarius.org/about-codex/en/>, accesat în februarie 2012;
 29. Comisia Codex Alimentarius, disponibil la adresa: <http://www.codexalimentarius.net>, accesată în octombrie 2011 ;
 30. Comisia Europeană, date disponibile la adresa: http://ec.europa.eu/agriculture/organic/eu-policy/research-projects_ro, accesat în februarie 2013;
 31. Consiliul Legislativ, *Document de poziție al României Capitolul 1- Libera circulație a mărfurilor*, p. 48, disponibil la adresa: <http://www.clr.ro/menu1/Capitole%20negociere/CAP01-DP.pdf> , accesat în octombrie 2011;
 32. Curtea de Justiție a Uniunii Europene, (2012), *Comunicat de presă, nr. 81/12*, 19 iunie 2012, Luxemburg, disponibil la adresa: europa.eu/rapid/press-release_CJE-12-81_ro.doc, accesat în decembrie 2012;
 33. Dima, D., Pamfilie, R., Procopie, R., (2001), *Mărfurile alimentare în comerțul internațional*, București, Editura Economică;
 34. Dinu, V., Schileru, I., Atanase, A., (2012), *Attitude of Romanian Consumers related to Products'Ecological Labelling*, Amfiteatrul Economic, Vol.XIV, No.31, februarie 2012, pag. 10-22, disponibil la adresa: http://www.amfiteatrueconomic.ro/temp/Article_1096.pdf , accesat în aprilie 2013 ;
 35. Drăgan, M., Pop, Z., C., (2008), *Criteria for Product Quality in the Frame of Intercultural Market Strategies of Small and Medium Sized Enterprises - a brief review of literature*, în *Studia Universitatis Babeș-Bolyai, Negoția*,

- LIII, Nr.2, 2008, pp103-104, disponibil la adresa: [http://tbs.ubbcluj.ro/RePEc/bbn/journal/Negotia_2_2008.pdf], accesat în mai 2013;
36. Dumitru, M., Diminescu, D., Lazea, V., (2004), *Dezvoltarea rurală și reforma agriculturii*, CRPE, București, disponibil la adresa: <http://www.cerpe.ro/pub/study54ro.htm>, accesat în septembrie 2007;
37. EcoMagazin, (2012), *România ar putea ajunge la exporturi de produse ecologice de peste 1,5 miliarde de euro, în următorii 5 ani*, 12 februarie 2012, disponibil la adresa: <http://www.ecomagazin.ro/romania-ar-putea-ajunge-la-exporturi-de-produse-ecologice-de- peste-15-miliarde-de-euro-in-urmatorii-cinci-ani/>, accesat în martie 2012;
38. EcoMagazin, (2012), *Agricultura ecologică din România și-a triplat, în 2011, numărul operatorilor activi din sistem, până la 10.000*, 13 februarie 2012 disponibil la adresa: <http://www.ecomagazin.ro/agricultura-ecologica-din-romania-si-a-triplat-in-2011-numarul-operatorilor-activi-din-sistem-pana-la-10-000/>, accesat în martie 2013;
39. EcoMagazin, (2012), *Producătorii din sectorul de agricultură ecologică vor putea depune cererile pentru subvenții*, 13 septembrie 2012, disponibil la adresa: <http://www.ecomagazin.ro/producatorii-din-sectorul-de-agricultura-ecologica-vor-putea-depune-cererile-pentru-subventii/> , accesat în februarie 2013;
40. EcoMagazin, (2012), *Vânzările de produse organice au urcat la 59 de miliarde de dolari în 2010*, 16 februarie 2012, disponibil la adresa: <http://www.ecomagazin.ro/vanzarile-de-produse-organice-au-urcat-la-59-de-miliarde-de-dolari-in-2010/>, accesat în martie 2012;
41. EFSA, disponibil la adresa: <http://www.efsa.europa.eu/en/aboutefsa.htm>, accesate în ianuarie 2012
42. Enătescu, A.M., Enătescu, M.A., (2000), *Calitate terminologie comentată*, București, Editura Tehnică;
43. EU, (2000), *White Paper on Food Safety*, 12 ianuarie 2000, document disponibil la adresa: http://ec.europa.eu/dgs/health_consumer/library/pub/pub06_en.pdf, accesat în ianuarie 2012;
44. EU, (2000), *Council Resolution of 28 October 1999 on the role of standardisation in Europe*, Official Journal of the European Communities, C141/5, 19 mai 2000, disponibil la adresa: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2000:141:0005:0006:en:PDF>, accesată în octombrie 2011;
45. EU, (2000), *Directiva 2000/13/EC*, Official Journal of the European Communities, 20 martie 2000, disponibil la adresa: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2000:109:0029:0042:EN:PDF>, accesat în octombrie 2011 ;
46. EU, (2004), *Regular Report on Romania's progress towards accession*, pp.51-55, disponibil la adresa: http://ec.europa.eu/enlargement/archives/pdf/key_documents/2004/rr_ro_2004_en.pdf, accesat în octombrie 2011;
47. EU, (2005), *Consumer Protection in the European Union: The ten basic Principle*, disponibil la adresa: http://ec.europa.eu/consumers/cons_info/10principles/en.pdf, accesată în ianuarie 2012;
48. EU, (2008), *Commission Regulation (EC) No 1235/2008* din 8 decembrie 2008, disponibil la adresa: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:334:0025:0052:RO:PDF>, accesat în octombrie 2011;
49. EU, (2010), *Questions and Answers*, disponibil accesat la adresa: http://www.ec.europa.eu/agriculture/organic/files/eu-policy/logo/FAQ_logo_en.pdf, accesat în aprilie 2012;
50. EU, (2011), *A strategic vision for European standards: Moving forward to enhance and accelerate the sustainable growth of the European economy by 2020*, Communication from the Commission to the European Parliament, the Council and the European Economic and Social Committee, disponibil la adresa: www.eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0311:FIN:EN:PDF, informații accesate în august 2012;
51. EU, (1991), *Council REGULATION (EEC) No 2092/91 on organic production of agricultural products and indications referring to agricultural products and foodstuffs*, OJ L 198, p.1, 24 iunie 1991, disponibil la adresa: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/consleg/1991/R/01991R2092-20070101-en.pdf>, accesată în octombrie 2011
52. EU, (2007), *Regulamentul (CE) NR: 834/2007 al Consiliului din privin producția ecologică și etichetarea produselor ecologice, precum și abrogare a Regulamentului (CEE) nr. 2092/91*, 28 iunie 2007, disponibil la adresa: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2007:189:0001:0023:RO:PDF>, accesate în iunie 2012;
53. EU, (2008), *Regulamentul (CE) NR. 1235/2008 al Comisie, Regulamentul de stabilire a normelor de aplicare a Regulamentului (CE) nr. 834/2007 al Consiliului în ceea ce privește regimul de import al*

- produselor ecologice din țări terțe*, 8 decembrie 2008, disponibil la adresa: <http://www.fas.usda.gov/gainfiles/200608/146208530.pdf>, accesat în august 2012;
54. EU, *Contamination And Environmental Factors*, disponibil la adresa: http://europa.eu/legislation_summaries/food_safety/contamination_environmental_factors/index_en.htm, accesat în octombrie 2011;
55. EU, *European Policy Principles on International Standardisation*, disponibil la adresa: http://europa.eu/enterprise/policies/european-standards/standardisation_policy/international/eur_policy_principles/doc/sec2001_1296_en.pdf, accesat în octombrie 2011;
56. EU, *Financing of European standardisation*, disponibil la adresa: http://europa.eu/legislation_summaries/internal_market/single_market_for_goods/technical_harmonisation/121074_en.htm, accesat în octombrie 2011;
57. EU, *Free movement of goods: general framework*, disponibil la adresa: http://europa.eu/legislation_summaries/internal_market/single_market_for_goods/free_movement_goods_general_framework/index_en.htm, accesat în ianuarie 2011;
58. EU, *Geographical indications and traditional specialties*, disponibil la adresa: http://ec.europa.eu/agriculture/quality/schemes/index_en.htm, accesat în octombrie 2011;
59. EU, *GLP Directives*, disponibil la adresa: <http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/chemicals/documents/classification/laboratory-practice/>, accesat în noiembrie 2011 ;
60. EU, *Health and consumers*, disponibil la adresa: http://www.ec.europa.eu/consumers/cons_issue/council_en.htm, accesat în februarie 2012;
61. EU, *Logo and Labelling*, disponibil la adresa: http://www.ec.europa.eu/agriculture/organic/consumer-confidence/logo-labelling_en, accesat în aprilie 2012 ;
62. EU, *Product Labeling and Packaging*, disponibil la adresa: http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/product_labelling_and_packaging/index_en.htm, accesat în octombrie 2011;
63. EU, *Proprietatea intelectuală*, disponibil la adresa: http://www.europarl.europa.eu/ftu/pdf/ro/FTU_3.4.5.pdf, accesate în decembrie 2012;
64. EU, *The history of the CAP*, disponibil la adresa: http://ec.europa.eu/agriculture/cap-history/index_en.htm, accesat în noiembrie 2012;
65. EU, *The mutual recognition principle in the single market*, disponibil la adresa: http://europa.eu/legislation_summaries/internal_market/single_market_for_goods/technical_harmonisation/121001b_en.htm, accesat în octombrie 2011;
66. EU, *The role of European standardisation in the framework of European policies and legislation*, disponibil la adresa: http://europa.eu/legislation_summaries/internal_market/single_market_for_goods/technical_harmonisation/122020_en.htm, accesat în octombrie 2011;
67. EU, *Veterinary Checks, Animal Health Rules, Hygiene Of Food*, accesat octombrie 2011 la adresa: [http://europa.eu/legislation_summaries/food_safety/veterinary_checks_and_food_hygiene/index_en.htm];
68. European Comision, *European standards*, disponibil la adresa: www.ec.europa.eu/enterprise/policies/european-standards/index_en.htm, informații accesate în august 2012;
69. European Commission, (2005), *Romania 2005 Comprehensive Monitoring Report*, Bruxelles, pp. 30-33, 25 octombrie 2005, disponibil la adresa: http://ec.europa.eu/enlargement/archives/pdf/key_documents/2005/sec1354_cmr_master_ro_college_en.pdf, accesat în octombrie 2011 ;
70. Europeana, disponibil la adresa: <http://www.europeana.ro/index.php/2010/12/9/libera-circulatie-amarfurilor/>, informații accesate în ianuarie 2011;
71. Eurostat, (2013), *Final consumption expenditure of households, by consumption purpose*, disponibil la adresa: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&plugin=1&language=en&pcode=tsdpc520>, accesat în aprilie 2013;
72. Eurostat, (2007), *Agriculture. Main statistics 2005-2006*, Statistical Office of the European Communities, Luxembourg, p.28, disponibil la adresa: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-ED-07-002/EN/KS-ED-07-002-EN.PDF, accesat în decembrie 2007;

73. Eurostat, (2011), *Labour productivity per person employed*, disponibil la adresa: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&plugin=1&language=en&pcode=tec00116>, accesat în aprilie 2013;
74. Eurostat, (2012), *Key figures on Europe 2012*, Publications Office of the European Union, Luxembourg, pag.31-131, disponibil la adresa: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-EI-12-001/EN/KS-EI-12-001-EN.PDF, accesat în decembrie 2012;
75. EXACT, (2009), *Aptitudini și percepții față de alimentația sănătoasă*, aprilie 2009, disponibil la adresa: <http://www.exactcc.ro/noutati/studii/3074-Atitudini-perceptii-fata-alimentatia-sanatoasa-Prezentare.html>, accesat în ianuarie 2012;
76. FAO/WHO, (2006), *Food Standards Programme. Understanding the Codex Alimentarius*, third edition, FAO, Roma, disponibil la adresa: ftp://ftp.fao.org/codex/Publications/understanding/Understanding_EN.pdf, accesat în octombrie 2011;
77. FDA, (1997), *Hazard Analysis and Critical Control Points Principles and Application Guidelines*, august 1997, disponibil la adresa: <http://www.fda.gov/Food/FoodSafety/HazardAnalysisCriticalControlPointsHACCP/HACCPPrinciplesApplicationGuidelines/default.htm>, accesate în februarie 2012;
78. FDA, (2004), *GMPs – Section One: Current Food Good Manufacturing Practice*, august 2004, disponibil la adresa: <http://www.fda.gov/Food/GuidanceComplianceRegulatorzInformation/CurrentGoodManufacturingPracticesCGMPs/ucm110907.htm>, accesate în februarie 2012;
79. Frațilă, R., (2001), *Merceologia alimentară*, Cluj-Napoca, Editura Presa Universitară Clujeană;
80. Frațilă, R., Mihaiu, R., (2006), *Produsele alimentare. Sortiment, calitate, trend*, Cluj-Napoca, Editura Alma Mater;
81. Gheres, M., (1999), *Calitatea alimentelor de origine vegetală*, Cluj-Napoca, Ed. Risoprint;
82. Harrigan, J., (2003), *Specialization and the volume of trade: Do the Data obey the Laws?*, în Handbook of international trade, Khoi, E.K., Harrigan, J., eds., Oxford, Uk., Blackwell Publishing;
83. Harrison, D. M., (1995), *The Organisation of Europe. Developing a Continental Market Order*, UK, Ed. Routledge;
84. Herrmann, G., (2011), *The International Market for Natural and Organic Cosmetics Facts, Developments and Trends*, 10 decembrie 2011, disponibil la adresa: <http://spreadorganic.com/speech-of-gerald-herrmann>, accesat în aprilie 2012;
85. Heyne P., Boettke, P., Prychitko, D., (2011), *Modul de gândire economică*, București, România, Editura Bizzkit;
86. Hodgson, J., S., Herander, M., G., (1986), *International Economic Relations*, Prentice Hall International Inc;
87. INS, (2012), *Veniturile și cheltuielile gospodăriilor populației în trimestrul II din 2012*, Comunicat de presă Nr. 239, 5 octombrie 2012, disponibil la adresa: http://www.insse.ro/cms/files/5Cstatistici%5Ccomunicate%5Ccabf%5CABF_IL_r12.pdf, accesat în decembrie 2012;
88. INS, (2012), *Recensământul General Agricol 2010*, date definitive, Comunicat de presă, Nr.149, 2 iulie 2012, disponibil la adresa: http://www.insse.ro/cms/files/statistici/comunicate/com_anuale/RGA%202010/RGA2010_date%20statistice_r.pdf, accesat în noiembrie 2012;
89. INS, (2011), *Investițiile străine directe în România în anul 2011*, pp.6 - 10, disponibil la adresa: [http://www.bnr.ro/Investitiile-straine-directe-\(ISD\)-in-Romania-3174.aspx](http://www.bnr.ro/Investitiile-straine-directe-(ISD)-in-Romania-3174.aspx), accesat în noiembrie 2012;
90. INS, (2012), *România în cifre 2012*, p. 30, disponibil la adresa: http://www.insse.ro/cms/files/publicatii/Romania%20in%20cifre_%202012.pdf, accesat în decembrie 2012;
91. INS, (2012), *Produsul intern brut în trimestrul III și perioada I.I-30.IX 2012*, date provizorii, Comunicat de presă Nr. 291, p.2, 6 decembrie 2012, disponibil la adresa: http://www.insse.ro/cms/files/statistici/comunicate/pib/a12/pib_trimIIIr2012.pdf, accesat în decembrie 2012;
92. INS, (2012), *Produsul intern brut în trimestrul IV și anul 2011*, Comunicat de presă Nr. 51, p.2, 6 martie 2012, disponibil la adresa: http://www.insse.ro/cms/files/statistici/comunicate/pib/a11/pib_trimIVr2011.pdf, accesat în noiembrie 2012;

93. INS, (2011), *România în cifre 2011*, p.10, disponibil la adresa:http://www.insse.ro/cms/files/publicatii/Romania_in%20cifre%202011.pdf, accesat în aprilie 2011;
94. INS, (2012), *Recensământul general agricol 2010*, vol.1, București, România, 2012, pag. 245;
95. INS, (2012), *Comunicat de presă, privind rezultatele provizorii ale Recensământului Populației și Locuințelor din 2011*, p. 2, 2 februarie 2012, disponibil la adresa: <http://www.cluj.insse.ro/cmscluj/files%5Cdeclaratii%5CComunicat%20CLUJ%20-%20DATE%20PROVIZORII%20RPL%202011.pdf>, accesat în ianuarie 2013;
96. Interbrand, (2011), *2011 Raning of the Top 100 Brands*, la adresa: www.interbrand.com/en/best-global-brands/best-global-brands-2008/best-global-brands-2011.aspx, accesat în aprilie 2012;
97. Juran, J.M., Godfrey, A.B., (1999), *Juran's Quality Handbook*, Fifth Edition, New York, McGraw Hill;
98. Kerr, S.P., Kerr, W.R., (2011), *Economic Impacts of Immigration: A Survey*, Harvard Business School, p. 1, ianuarie 2011, disponibil la adresa: <http://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/09-013.pdf>; accesat în aprilie 2013;
99. Klaas, J.K., Hohan, I., Balaban, C., Diaconu, S., Albu, B., (2004), *Manual de Practici Europene în Managementul Mediului, EMAS și Eticheta Ecologică : ce sunt, cum se obțin și ce beneficii pot aduce companiilor românești*, Centrul Regional de Protecție a Mediului pentru Europa Centrală și de Est – biroul local România (REC România), p.13 - 47, disponibil la adresa: http://www.ngo.ro/img_upload/b247143d65c7290473692bc6171e3654/manual_final.pdf], accesat în aprilie 2012 ;
100. Koekoek, F.,J.,Leijdens, M.,Rieks,G., (2010), *Entering the Organic Export Market. A Practical Guide for Farmers'Organisations*, Agrodok-series No.48, Agromisa Foundation, Wageningen, Olanda, p16, disponibil la adresa: <http://teca.fao.org/sites/default/files/resources/Agromisa%20%20AD%2048%20-Entering%20the%20organic%20export%20market.pdf>, accesat în mai 2012;
101. Kotler, P., (1998), *Managementul marketingului*, Editura București, Teora;
102. Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., Wong, V., (1998), *Principiile marketingului*, București, România, editura Teora;
103. Lubbock, T., (2011), *Global Organic Cotton Market Grows 20%, Hits \$5.61 Billion in 2010, Textile Exchange Report Shows*, 6 septembrie 2011, disponibil la adresa: www.prweb.com/release/2011/9/prweb8770173.htm, accesat în martie 2011;
104. Lubieniechi, S.A., (2002), *Romanian consumers' behaviour regarding organic food*, Vol.104, No.3/4/5, p.342, disponibil la adresa: <http://www.emeraldinsight.com/Insight/viewPDF.jsp?Filename=html/Output/Published/EmeraldFullTextArticle/Pdf/0701040313.pdf>, accesat în noiembrie 2007;
105. Luțaș, M., (2005), Cap. 4.1 Cererea, în *Microeconomie*, volum coordonat de Ciobanu, G., Editura Imprimeria Ardealul, Cluj-Napoca, p.171;
106. MADR, (2011), *Operatorii înregistrați în agricultura ecologică la MADR*, 2011, disponibil la adresa: <http://www.madr.ro/pages/page.php?self=01&sub=0107&tz=010713>, accesate în decembrie 2012;
107. MADR, (2012), *Agricultura în economie*, pp. 1-9, aprilie 2012, disponibil la adresa: <http://www.madr.ro/pages/raport/agricultura-romaniei-aprilie-2012.pdf>, accesat în decembrie 2012;
108. MADR, (2010), *România în cifre*, pp.6-17, noiembrie 2010, disponibil la adresa: <http://www.madr.ro/pages/raport/agricultura-romaniei-noiembrie-2010.pdf>, accesat în noiembrie 2012;
109. MADR, *Agricultura ecologică*, disponibil la adresa: <http://www.madr.ro/pages/page.php?self=01&sub=0107&tz=010710>, accesate în noiembrie 2012;
110. MADR, (2011), *Dinamica operatorilor și a suprafețelor în agricultura ecologică*, 12 septembrie 2011, disponibil la adresa: <http://www.madr.ro/pages/page.php?self=01&sub=0107&tz=010710>, accesat în aprilie 2012;
111. Marcu, M., (2011), *Population grows in twenty EU Member States. Population change in Europe in 2010: first results*, Eurostat Statistics in focus, disponibil la adresa: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-SF-11-038/EN/KS-SF-11-038-EN.PDF, accesat în noiembrie 2012;

112. Mediafax, (2012), *Agricultura și industria au contribuit la creșterea PIB de anul trecut. Care sunt domeniile cu cel mai mare avans*, București, 6 martie 2012, disponibil la adresa: <http://www.mediafax.ro/economic/agricultura-si-industria-au-contribuit-la-cresterea-pib-de-anul-trecut-care-sunt-domeniile-cu-cel-mai-mare-avans-9374123>, accesat în noiembrie 2012;
113. Merce, E., Merce, C., C., (2009), *Statistică. Paradigme consacrate și paradigme întregitoare*, Cluj-Napoca, România, Editura academic Pres;
114. MIE, (2006), *Raportul de monitorizare mai 2006*, Bruxelles, p. 15-16, mai 2006, disponibil la adresa: http://www.mie.ro/_documente/dialog_Ro UE/2006/raport_monitorizare_mai2006.pdf accesat în aprilie 2012;
115. Miron, D., Petcu, M., David-Sobolevski, I., (2012), *Determinism in Assessing the Consumer's Ecological Behaviour*, în *Amfiteatru Economic*, Vol. XIV, No. 31, februarie 2012, disponibil la adresa: http://www.amfiteatruconomic.ro/temp/Article_1105.pdf, accesat în iunie 2013;
116. Mitrea, I., Petcu, C., Savu, Gh., (2003), *Siguranța alimentelor prin aplicarea sistemului HACCP*, Ed. Bogdana;
117. Nicoll, W., Solman, T. C., (2001), *Understanding the European Union*, UK, Ed. Longman;
118. Nistor, R., Frățilă, R., Chiș, A., Mihaiu, R., Drăgan, M., Scorțar, L., (2006), *Fundamentele științei mărfurilor*, Cluj-Napoca, Editura Alma Mater;
119. Noyé, D., (2000), *Ghid practic pentru controlul calității*, București, Ed. Tehnică;
120. OECD, (2004), *Agriculture and the environment: Lessons learned from a decade of OECD Work*, iunie 2004, disponibil la adresa: <http://www.oecd.org/greengrowth/sustainableagriculture/agri-environmentalindicatorsandpolicies/33913449.pdf>, accesat în noiembrie 2012;
121. OECD-FAO, (2012), *Agricultural Outlook 2012-2021*, disponibil la adresa: http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/agriculture-and-food/oecd-fao-agricultural-outlook-2012_agr_outlook-2012-en, accesat în decembrie 2012;
122. ONRC, (2011), *Societăți comerciale cu participare străină la capital. Sinteza statistică – date provizorii*, pp. 9-26, 31 decembrie 2011, disponibil la adresa: http://www.onrc.ro/statistici/is_decembrie_2011.pdf, accesat în noiembrie 2012;
123. Organic Monitor, (2010), *The Global Market for Organic Food & Drink: Business opportunities & Future Outlook*, 3rd edition, decembrie 2010, disponibil la adresa: www.organicmonitor.com/700340.htm, accesat în martie 2013;
124. Organic-Market, (2011), *H&M: number one user of organic cotton*, 7 septembrie 2011, disponibil la adresa: www.organic-market.info/web/News_in_brief/Eco-textiles/H+M/176/319/0/10914.html, accesat în aprilie 2011;
125. Örzavi, K., (2011), *Organic Directory 2011*, în *The Organic Standard Journal*, 23 februarie 2011, disponibil la adresa: <http://www.organicstandard.com/data-analysis-from-2010>, accesat în noiembrie 2011;
126. OSIM, (1998), *Lege privind mărcile și indicațiile geografice*, disponibil la adresa: http://www.osim.ro/legis/legislatie/marci/lege_mdi.htm, accesată în decembrie 2012;
127. OSIM, *Mărci și indicații geografice*, disponibil la adresa: <http://www.osim.ro/marci/pmarc.htm>, informații accesate în august 2012;
128. OTA, (2011), *Industry Statistics and Projected Growth*, iunie 2011, disponibil la adresa: www.ota.com/organic/mt/business.html, accesat în aprilie 2012;
129. Overbeek, J., (1993), *The Modern World Economy. Theories and Policy*, Lanham, University Press of America;
130. Paina, N., Pop, M., D., (1998), *Politici de marketing*, Cluj-Napoca, Editura Presa Universitară Clujeană;
131. Pamfilie, R., *Capitolul 3, Reglementări naționale și internaționale privind calitatea produselor alimentare*, pag. 47 - 48, disponibil la adresa: <http://www.biblioteca-digitala.ase.ro/biblioteca/pagina2.asp?id=cap3>, accesată în octombrie 2011 ;
132. Panait, A., (2013), *Cum a evoluat agricultura ecologică în timpul crizei economice*, 29 ianuarie 2013, disponibil la adresa: http://www.forbes.ro/Cum-a-evoluat-agricultura-ecologica-in-timpul-crisiei-economice_0_6544.html accesat în aprilie 2013;
133. Parlamentul României, Camera Deputaților, (1992), *Ordonanța Nr. 19 din 21/8 /92 privind activitatea de standardizare în România*, Monitorul Oficial 212 din 28/8 /92, disponibil la adresa: http://www.cdep.ro/pls/legis/legis_pck.htp_act_text?id=7076, accesată în octombrie 2011 ;

134. Pelkmans, J., (2003), *Integrare europeană. Metode și analiză economică*, ediția a II-a, București, Institutul European din România;
135. Piața Agricolă, (2013), *România invitată să devină partenerul Germaniei la Biofach Nuremberg 2013*, 14 februarie 2013, disponibil la adresa: www.piataagricola.eu/index.php?option=com_content&view=article&id=582:romania-invitata-sa-devina-partenerul-germaniei-la-biofach-nuremberg-2013&catid=42:mozaic&Itemid=61, accesat în martie 2012;
136. Pinckaers, M., (2006), Netherlands *Organic Products. Organic Market in the Benelux, Foreign Agricultural Service*, Gain Report Nr. NL6024 / 2006, USDA, pag.4-8, disponibil la adresa: <http://www.fas.usda.gov/gainfiles/200608/146208530.pdf>, accesat în aprilie 2013;
137. Pingali,P.,L., Evenson, R.,E., (2010), *Agricultural Economics*, Vol.4, North-Holland, Elsevier;
138. Popescu, G., (2001), *Modele de comerț internațional*, Deva, Ed. Corvin;
139. Popescu, G.,(2006), Capitolul7. Creșterea economică, în *Macroeconomie*, volum coordonat de Ciobanu, G., Cluj-Napoca, Editura Imprimeria Ardealul;
140. Potorac, A., Prodan,D., *Managementul calității*, p.24, disponibil la adresa: <http://www.usv.ro/updoc/Managementul%20calitatii%20curs%20SINTETIC%20Alexandru%20POTORAC.pdf>, accesat în aprilie 2013;
141. Radu, M., (2012), *Piața Statelor Unite, larg deschisă alimentelor ecologice*, 16 februarie 2012, disponibil la adresa: www.capital.ro/detalii-articole/stiri/piata-statelor-unite-larg-deschisa-alimentelor-ecologice-romanesti-161432.html, accesată în aprilie 2012;
142. România Trade& Invest, Centrul român pentru promovarea comerțului și investițiilor străine, disponibil la adresa: <http://www.romtradeinvest.ro/index.php/De-ce-Romania/date-macroeconomice.html>, accesat în noiembrie 2012;
143. Romolica,M., (2002), *Calitatea mărfurilor alimentare și protecția consumatorilor*, Cluj-Napoca, Ed Casa Cărții de Știință;
144. Sabău, M., Funar, S., (2006), *The Behaviour of ecological food consumers depending on age in Transilvania region of Romania*, Buletin USAMV-CN, vol. 63/2006, disponibil la adresa: <http://journals.usamvcluj.ro/index.php/horticulture/article/view/1755/1719>, accesat în aprilie 2012;
145. Sahota, A., (2012), *Global Organic Food & Drink Market, Organic Monitor*, Presented at: BioFach Congresss 2012, Nürnberg, Germany, 15 februarie 2012, disponibil la adresa: <http://www.organic-world.net/fileadmin/documents/yearbook/2012/2012-02-16/sahota-2012-global-market-2010.pdf>, accesat în decembrie 2012;
146. Samuil, C., (2007), *Tehnologii de agricultură ecologică*, Iași, p. 11, disponibil la adresa: http://www.uaiasi.ro/FUSPA/agricultura_ecologica.pdf, accesat în decembrie 2012;
147. Shah, A., (2013), *Poverty Facts and Stats*, 7 ianuarie 2013, disponibil la adresa: <http://www.globalissues.org/article/26/poverty-facts-and-stats>, accesat în aprilie 2013;
148. Sloman, J., (2006), *Economics*, Sixth Edition, Harlow, England, FT Prentice Hall, Pearson Education Limited;
149. Southgate,D., Graham, D.H., Tweeten, L., (2007), *The World Food Economy*, Oxford, UK, Editura Blackwell, 2007;
150. Standard-team, *Sistem de trasabilitate în lanțul alimentar*; disponibil la adresa: http://www.standard-team.com/cikkek/iso22000_nou.php, accesată în aprilie 2006;
151. Tsoukalis L., (1993), *The New European Economy. The Politics and Economics of Integration*, Oxford, UK, Oxford University Press;
152. Tudor,I., (2013), *Dacian Cioloș: România a crescut cel mai mult pe zona de produse bio*, 14 februarie 2013, disponibil la adresa: http://www.rtv.net/dacian-ciolos-romania-a-crescut-cel-mai-mult-pe-zona-de-produse-bio_66340.html#ixzz2LIInFixmzhttp://www.rtv.net/dacian-ciolos-romania-a-crescut-cel-mai-mult-pe-zona-de-produse-bio_66340.html#ixzz2LIlk7txK, accesat în februarie 2013;
153. UN, (1985), A/RES/39/248, 16 aprilie 1985, disponibil la adresa: <http://www.un.org/documents/ga/res/39/a39r248.htm>, acesata în februarie 2012;
154. UN, (2011), *World Population Prospects. The 2010 Revision*, Volume II: Demographic Profiles, New York, pag. 1-3, disponibil la adresa: http://esa.un.org/unpd/wpp/Documentation/pdf/WPP2010_Volume-II_Demographic-Profiles.pdf, accesat în decembrie 2012;
155. USAMV Cluj, *Ghid. Implementarea sistemului de management al calității în cadrul afacerilor mici potrivit standardului SO 9001:2008*, Instrucțaj în Sistemele de Management al Calității pentru IMM-

- uri, Proiect Leonardo da Vinci, p.9, disponibil la adresa: [http://www.usamvcluj.ro/LdV/material/handbook.pdf], accesat în iunie 2013;
156. Vincze, M., Kölcsey, A., (2007), *The main bottlenecks of the rural technology transfer in Romania*, paper prepared for presentation at the 104th (joint) EAAE-IAAE Seminar Agricultural Economics and Transition: „What was expected, what we observed, the lessons learned.” Corvinus University of Budapest, Ungaria, 6-8 septembrie 2007, p.3, disponibil la adresa: <http://web.uni-corvinus.hu/agrar/Pages/Contributed/VINCZE-KOLCSEY.pdf>, accesat în septembrie 2007;
157. Vincze, M., Kerekeş, K., (2009), *Impact of CAP's pillars on Romania Rural Employment*, în 4th Aspects and Visions of Applied Economics and Informatics, Debrecen, Ungaria, 26-27 martie 2009, p.998, disponibil la adresa: http://portal.agr.unideb.hu/media/AVA_VMKKfinal_APSTRACT_format_9642.pdf, accesat în decembrie 2012;
158. Vindigni, G., Janssen, M., A., Jager, W., (2002), *Organic food consumption. A multi-theoretical framework of consumer decision making*, în *British Food Journal*, Vol.104, Nr. 8, p.625, disponibil la adresa: <http://www.emeraldinsight.com/Insight/viewPDF.jsp?Filename=html/Output/Published/EmeraldFullTextArticle/Pdf/0701040804.pdf>, accesat în noiembrie 2007;
159. Vlăduț, M., N., Popescu, A., (2001), *Agricultura țărăneasă eco-biologică alternativă viabilă și vocațională*, București, Ed. Universul;
160. Voinea, O., (2011), *România exportă produse eco de 80 mil. euro*, disponibil la adresa: <http://www.piaata-bio.ro/presa-bio.php?&u=www.curentul.ro/2012/index.php/2012021768826/Economic-financiar/Romania-exporta-produse-eco-de-80-mil-euro.html>, accesat în februarie 2011;
161. Wall-Street, (2011), *Alimentatia ecologică la români: 1 din 10 consumatori nu știu ce sunt produsele eco*, 14 iulie 2011, disponibil la adresa: <http://www.wall-street.ro/articol/Companii/106418/Alimentatia-ecologica-la-romani-1-din-10-consumatori-nu-stiu-ce-sunt-produsele-eco.html>, accesat în aprilie 2013;
162. Willer, H., (2011), *Organic Agriculture in Europe 2009: Production and Market*, Research Institute of Organic Agriculture FiBL, Elveția, BioFach Congress, Nürnberg, Germania, 18 februarie 2011, disponibil la adresa: <http://www.orgprints.org/18365/2/willer-2011-european-market.pdf>, accesat în aprilie 2013;
163. Willer, H., (2011), *Organic Agriculture Worldwide Keys results from the global survey on organic agriculture 2011*, disponibil la adresa: www.fibl.org/fileadmin/documents/en/news/2011/willer-2011-biofach-world-if-organic.pdf, accesat în aprilie 2012;
164. Willer, H., (2012), *Organic Agriculture Worldwide: Key results from the survey on organic agriculture worldwide 2012*, cercetare FiBL și IFOAM, date publicate în februarie 2012 în *The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2012*, disponibilă la adresa: <http://www.organic-world.net/fileadmin/documents/yearbook/2012/fibl-ifoam-survey-data-2010-global-data.pdf>, accesată în decembrie 2012;
165. Willer, H., Kilcher, L. (Eds.), (2011), *The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2011*, IFOAM, Bonn & FiBL, disponibil la adresa: <http://www.organic-world.net/fileadmin/documents/yearbook/2011/world-of-organic-agriculture-2011-page-1-34.pdf>, accesat în noiembrie 2012;
166. Willer, H., Yussefi, M., (2004), *The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends*, IFOAM, Bonn, Germany, p.43, disponibil la adresa: http://www.soel.de/fachthemen/downloads/s_74_06.pdf, accesat în octombrie 2011;
167. Wilson, B., B., (2008), *Get to know your basic Consumer Rights: How do they work for you?*, decembrie 2008, disponibil la adresa: <http://www.aces.edu/pubs/docs/U/UNP-0040/>, accesată în februarie 2012;
168. World Health Organization, *GMP Question and Answer*, disponibil la adresa: http://www.who.int/medicines/areas/quality_safety/quality_assurance/gmp/en/, accesată în iunie 2006;
169. Worldbank, *Agricultura și sectorul alimentar în cadrul economiei și performanța sectorială*, p.9, disponibil la adresa: <http://siteresources.worldbank.org/INTROMANIAINROMANIAN/Resources/CapitolulI.pdf>, accesat în aprilie 2013;
170. Yiridoe, E., Bonti-Ankomah, S., Martin, R., (2006), *Organic and Conventional Food: A Literature Review of the Economics of Consumer Perceptions and Preferences*, pp.37-39, martie disponibil la

- adresa: <http://www.organicagcentre.ca/Docs/BONTI%20&%20YIRIDOE%20April%2028%202006%20Final.pdf>, accesat în aprilie 2012;
171. Ziarul Capital, (2012), *Ce cantitate de alimente aruncă românii anual*, 7 decembrie 2012, disponibil la adresa: <http://www.capital.ro/detalii-articole/stiri/ce-cantitate-de-alimente-arunca-romanii-anual-175207.html>, accesat în decembrie 2012;
172. *** (2000) *Commission of the European Communities– White paper on food safety*, Brussels;
173. *** (2004), *Ghid legislativ pentru agricultura ecologică*, Ed. Risoprint, Cluj- Napoca;
174. *** (2007), *Dictionar explicativ ilustrat al limbii române*, România, Editura ARC & GUNIVAS;
175. *** (1995), *Ordonanța de Guvern, nr. 42/29*, august 1995 privind producția de produse alimentare destinate comercializării, publicată în Monitorul Oficial, Partea I nr. 203, 1 septembrie 1995, disponibilă la adresa: <http://www.lex.ro/Ordonanta-42-29.08.1995-6712.aspx>, accesată în octombrie 2011 ;
176. ***(2012), *Graphs & Maps from "The World of Organic Agriculture 2012"*, cercetare FiBL și IFOAM, disponibilă la adresa: <http://www.organic-world.net/yearbook-2012-graphs.html?&L=0>, accesată în decembrie 2012;
177. *** (2008), *Regulamentul (CE) NR. 1235/2008 de stabilire a normelor de aplicare a Regulamentului (CE) nr. 834/2007 al Consiliului în ceea ce privește regimul de import al produselor ecologice din țări terțe*, 8 decembrie 2008, disponibil la adresa: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:334:0025:0052:RO:PDF>, accesat în iulie 2012;
178. ***(2001), *Ordonanța de Guvern nr. 97/2001 privind reglementarea producției, circulației și comercializării alimentelor*, M.Of. nr. 349/29, iunie 2001, disponibilă la adresa: http://www.cdep.ro/pls/legis/legis_pck.hp_act_text?idt=28425, accesată în octombrie 2011 ;
179. *** *Document de poziție al României Capitolul 1- Libera circulație a mărfurilor*, disponibil la adresa: <http://www.clr.ro/menu1/Capitole%20negociere/CAP01-DP.pdf>, accesat în octombrie 2011;
180. *** Larousse, disponibil la adresa: www.larousse.fr/dictionnaires/francais/standard, accesat în august 2012;
181. *** Merriam-Webster, disponibil la adresa: www.merriam-webster.com/dictionary/standard, informații accesate în august 2012 ;
182. ***(1992), *OUG, nr. 21/1992*, disponibilă la adresa: http://www.anpc.gov.ro/anpcftp/anpc_junior/og_21_1992.pdf, accesat în aprilie 2013;
183. ***(1996), *Hotararea de Guvern nr. 784* din 10 septembrie 1996, disponibilă la adresa: <http://www.jurisprudenta.com/lege/hotarare-784-1996-q72me/>, accesata în noiembrie 2011;
184. ***(2008), *Piața BIO din România*, decembrie 2008, disponibil la adresa: www.infomina.ro/pdf/despre%20piata%20BIO%20din%20Ro.pdf, accesat în aprilie 2012;
185. *** *Document de poziție al României, Capitolul 7. Agricultura*, disponibil la adresa: www.maap.ro/pages/ue/cap7-agricultura.pdf , accesat in octombrie 2011;
186. ***Encyclopedia Britannica, disponibilă la adresa : www.britannica.com/EBchecked/topic/563034/standardization, accesat în august 2012 la adresa ;
187. ****Istoria HACCP*, disponibil la adresa: <http://www.standard-team.com/index.php?keret=cikk&lang=ro&id=191>, accesat în noiembrie 2011 ;
188. ****Recensământ 2011*, disponibil la adresa: <http://recensamant2011.anunturi-utile.eu/category/hunedoara/municipiul-deva/>, accesat în ianuarie 2013;