

A 2.6 - Cercetări privind segmentarea pieței de produse de calitate

PROFILUL CONSUMATORULUI DE BRANZETURI ȘI ALTE LACTATE DIN ROMÂNIA

Pentru obiectivul segmentării pieței de produse lactate și crearea unui brand al produselor s-au realizat următoarele activități:

- Identificarea unor rapoarte ale diferitelor agenții de cercetare sau instituții privind evoluția pieții brânzeturilor în România;
- Identificarea în literatură științifică a referințelor la Profilul consumatorului, Comportamentul consumatorilor și la preferințele consumatorilor privind brânzeturile, inclusiv elemente legate de analiza senzorială;
- Cercetări privind sortimentul de produse certificate la nivel European în România și Uniunea Europeană;
- Cercetări proprii privind sortimentul de produse existent pe piață;

Astfel, s-a urmărit monitorizarea produselor tip “Cașcaval” sau “Brânzeturi” în cadrul a 4 supermarketuri reprezentative din România: Auchan, Carrefour, Cora, Mega Image. Bazele de date astfel obținute constau în sute de înregistrări care în prezent sunt în curs de compatibilizare pentru a face analize comparative. Obiectivele urmărite sunt:

- ✓ Identificarea sortimentului aflat pe piață;
- ✓ Identificarea producătorilor aflați pe piață;
- ✓ Identificarea sortimentelor de lactate în funcție de specia animală de proveniență;
- ✓ Identificarea modalităților de ambalare;
- ✓ Identificarea gramajelor de comercializare;
- ✓ Identificarea prețurilor produselor și a costului pe kilogram;
- ✓ Identificarea gradului de maturare a produselor, ș.a.m.d.

Se urmărește deasemenea analiza produselor în funcție de obiectivele specificate pe piețele magazinelor specializate/tradiționale sau a lanțurilor alternative de distribuție (online prin hub-uri alimentare).

I. Profilul consumatorului de branzeturi și alte lactate: Orientat spre produse mai accesibile, mai sănătoase, fabricate local

Cu ajutorul a patru firme de research, s-a investigat comportamentul actual de consum, raportat la perioada pre-pandemie; în acest scop, s-a apelat la tipuri diferite de cercetare: panel de gospodării (GfK România), retail audit (RetailZoom), omnibus (ISRA Center) și calitativă (iSense Solutions).

Câteva dintre obiectivele propuse în demersul de a desluși profilul consumatorului de tip nou au fost:

- schimbările substanțiale intervenite în contextul pandemiei, începând cu modificări în ceea ce privește locul de achiziție, frecvența și cantitatea cumpărată;
- motivația principală de cumpărare, modul în care se raportează consumatorul la produsele noi și cum își manifestă loialitatea față de brand;



DEZVOLTAREA DE NOI PRODUSE ÎN TERITORIUL GAL POARTA TRANSILVANIEI PEI - AGRI, PNDR 2014 - 2020, SM. 16.1



LIDER DE PARTENERIAT
GAL POARTA TRANSILVANIEI

PARTENER
UNIVERSITATEA DE ȘTIINȚE AGRICOLE ȘI MEDICINĂ VETERINARĂ CLUJ-NAPOCA

- ☐ tendințele care au prins puteri în ultimul an;
- ☐ comportamentul față de promoții, comparativ cu 2019, în ce măsură a devenit shopperul un „vânător” de oferte speciale și de prețuri reduse și mai puțin orientat pe brand sau pe calitățile intrinseci ale produsului.

Au fost provocați trei dintre cei mai importanți furnizori, care au venit cu propriul punct de vedere legat de principalele modificări intervenite în 2021 vs 2019.

- a) Astfel, în opinia Directorului de Marketing Divizia Lactate, LACTALIS România, promoțiile rămân un factor decisiv pentru consumatorii cu venituri reduse. În prezent, pentru că trăim o perioadă care a adus o oarecare austeritate economică și restricții pentru acțiunile de marketing, acestea au devenit un instrument de promovare și interacțiune cu consumatorul ceva mai important decât înainte de pandemie. În lipsa sampling-urilor de produs, brandurile apelează în prezent mai mult la promoții pentru a atrage consumatorii. Mai există și un alt tip de promoție în această categorie - campaniile cu premii care, de asemenea, sunt folosite mai mult în prezent, ca alternativă la activări care facilitează brandului interacțiunea cu consumatorii.

Consumatorul post-pandemie este mai cumpătat financiar, mult mai atent la ce cumpără, fără prea multe abuzuri, preocupat mai mult de siguranța proprie atunci când vine vorba de shopping. Renunță mai ușor la categorii care nu sunt de bază în consum, deci nu sunt neapărat necesare - de exemplu, la deserturi sau produse mai sofisticate și scumpe. Nu-l considerăm un vânător de promoții, consumatorul român rămâne orientat pe brand și pe calitatea produselor pe care le cumpără. Putem spune, însă, că este un căutător al celui mai bun raport calitate - preț.

Consumatorii sunt și astăzi deschiși către a încerca produse noi, chiar dacă lansarea acestora se dovedește a fi o provocare în absența campaniilor de degustare. Reputația brandului, noutatea rețetei și ambalajul atractiv sunt principalele criterii de alegere a unui produs nou, comunicarea comercială și prețul vin imediat după acestea.

- b) Pe de altă parte, Directorul General Sole Mizo România, a afirmat că volumul de vânzări în categoria lactate a avut de suferit din cauza scăderii puterii de cumpărare suportată de unele categorii de consumatori, care s-au orientat către produse mult mai accesibile.

În ceea ce privește produsele distribuite de compania Sole Mizo România, nu a fost identificat un shopper orientat pe pret/promoție. S-a constatat o menținere a vânzării și chiar creștere pe unele categorii, cum ar fi Mizo Coffee Selection. Tendința de cumpărare a produselor healthy, BIO, produse fără lactoză rămâne în continuare. Se va investi în continuare în suportul produselor Mizo fără lactoză, care facilitează o digestie mai ușoară și, desigur, contribuie la un mod de viață mai sănătos.

În pandemie, orientarea spre magazinele de proximitate a dus la învățarea unui mod mai rapid de a face cumpărături. Spațiile mai mici din aceste magazine au ajutat clienții să identifice în timp scurt promoțiile care erau interesante pentru ei. Felul în care sunt construite magazinele online și promoțiile de aici au ajutat și ele la accentuarea interesului existent/ orientarea atenției către promoții și oferte speciale.

Promoțiile asigură vizibilitate suplimentară pentru brand și, prin urmare, consumatorii sunt direcționați atât de lista lor presetată, cât și de felul în care magazinele afișează promoțiile. Frecvența mai redusă a vizitelor în magazine este un factor nou care contribuie la necesitatea de a face mai multe promoții, în special pentru alimentele perisabile.



DEZVOLTAREA DE NOI PRODUSE ÎN TERITORIUL GAL POARTA TRANSILVANIEI PEI - AGRI, PNDR 2014 - 2020, SM. 16.1



LIDER DE PARTENERIAT
GAL POARTA TRANSILVANIEI

PARTENER
UNIVERSITATEA DE ȘTIINȚE AGRICOLE ȘI MEDICINĂ VETERINARĂ CLUJ-NAPOCA

În continuare oamenii aleg branduri în care au încredere sau care reușesc să le trezească un pic de curiozitate, să îi ajute să învețe ceva nou. La fel de importante sunt percepțiile legate de calități speciale - lista de ingrediente în primul rând - cu cât mai scurtă și ușor de înțeles, cu atât mai bine. Un element de bază rămâne vizibilitatea la raft - pentru că atenția și timpul sunt limitate. Vizibilitatea este adusă desigur de promoții, dar și de felul în care magazinele construiesc planogramele și direcționează traficul în magazine. Vânzarea unei anumite categorii este influențată de vecinătatea cu o alta, pentru că și imaginația gastronomică are nevoie de orientare.

Exemplul clasic este între băuturi și snacksurile sărate, dar este valabil și în lactate. De exemplu, este mai probabil să cumperi o mozzarella dacă la intrarea în magazin ai trecut pe lângă legume și ai început să te gândești la o salată sau la o pizza făcute în casă.

Referitor la produsele noi, aspectul practic pare să primeze. Consumatorii tind să fie extrem de atenți înainte de a încerca ceva nou și se bazează pe experiența pe care o au cu brandul, dacă au auzit sau nu de noutate - de la TV sau din online. Apare mai des întrebarea: „îmi trebuie acest produs?” Există în continuare și categoria celor care vor să se auto-educe și își programează să încerce ceva nou la fiecare cumpărătură. Acest trend prinsese energie înainte de pandemie și ne așteptăm ca el să își reia cursul, în paralel cu promoțiile.

În ceea ce urmează, vom prezenta rezultatele cercetărilor realizate de patru firme de research care au investigat re poziționarea consumatorului de produse lactate

Categoria de lactate a înregistrat o creștere de 3% în volum în perioada ianuarie - mai 2021 față de ianuarie - mai 2019. Pe segmentul de brânzeturi, în timp ce mărcile proprii reușesc să recruteze noi cumpărători, brandurile naționale încep să piardă locul în preferințele românilor. Odată cu creșterea în penetrare, brandurile proprii ajung la o acoperire de 25% din volumele achiziționate și la o cotă de piață în valoare de 32%. Se observă nu doar creșterea numărului de gospodării interesate de promoții, ci și o intensificare a comportamentului de cumpărare: familiile aleg mai des produse promoționale și în volume mai mari; ofertele impulsionează achiziția cantităților mai mari per vizită, fapt care ar putea să afecteze frecvența în magazine pe termen lung. Deși încă la început de drum, zona de BIO crește prin toți indicatorii și ajunge să își tripleze volumul. Nu trebuie omis faptul că, raportat la restul categoriei lactate, segmentul BIO nu se bucură de un număr mare de cumpărători.

Din ce în ce mai multe gospodării preferă să achiziționeze brânzeturi procesate, din retail, în detrimentul autoconsumului (ceea ce se produce în propria gospodărie sau se cumpără de la piață, de la țărani, vecini etc.), volumul celui din urmă scăzând cu 13%.

În ceea ce privește locul de cumpărături preferat, deși scade în importanță, traditional trade acoperă încă puțin peste 50% din volumul total al achizițiilor de brânzeturi. În comerțul modern observăm o creștere a anumitor canale. Acest fenomen este susținut și de eforturile discounterilor de a recruta noi cumpărători pentru categorii prin realizarea unor zone dedicate brânzeturilor premium și semnalizarea acestora la raft. Astfel continuă creșterea și pentru acest format, care se situează pe prima poziție din punctul de vedere al cotei de piață, atât în valoare, cât și în volum, devansând hipermarketurile.

Segmentul de specialități din zona premium se remarcă în subcategoria brânzeturi, atrăgând un număr mare de noi cumpărători care generează cea mai dinamică creștere procentuală, atât în volum, cât și în valoare.

În ceea ce privește restul categoriei de produse lactate, și anume segmentele de lapte, iaurt, unt etc., observăm o creștere de +15% în valoare, +2% în volum. Obiceiul de consum este în schimbare, gospodăriile alegând să realizeze un număr mai mic de vizite, dar cu un coș de cumpărături mai mare. Familiile din România sunt din ce în ce mai atrase de a încerca produse marcă proprie, 8 din 10 gospodării achiziționând în intervalul ianuarie-mai 2021 cel puțin o dată produse aparținând retailerilor. Acest tip de produse cresc în volum cu 30% față de 2019, ajungând să acopere 40% din cota de piață atât cantitativ, cât și valoric. Promoțiile atrag noi cumpărători, 6 din 10 gospodării din România achiziționând cel puțin un produs promo în perioada menționată. Frecvența rămâne constantă, în timp ce volumul per vizită crește. Gospodăriile încep să renunțe la autoconsum, preferând alimentele procesate. Segmentul de BIO este în creștere, dar încă nu capătă valori mari în share-ul total al segmentului.

Discounterii și magazinele de proximitate recrutează noi cumpărători. Pentru cele două formate, atât frecvența cât și volumul per achiziție sunt indicatori care evoluează pozitiv. Hipermarketurile sunt devansate din poziția de lider în cota de piață de discounteri, care ajung la 26% (volum) și 30% (valoare).

Consumul de produse alimentare a crescut în perioada pandemiei ca urmare a schimbărilor privind stilul de viață, respectiv numărul mai mare de ore petrecute acasă. Astfel, pentru 2 din 10 consumatori, ultimul an a fost marcat de o creștere a consumului personal a cel puțin o categorie de brânzeturi și alte lactate. În același sens, 37% apreciază că față de anul 2019 cumpără mai multe produse lactate.

Pentru marea majoritate a consumatorilor, pandemia nu a adus însă o schimbare. Aproximativ două treimi au rămas constanți în ceea ce privește prezența lactatelor în alimentație, păstrând aceleași obiceiuri. Această constatare, respectiv creșterea sau menținerea unui volum constant în categorii - peste 90% - anunță o perioadă optimistă privind evoluția vânzărilor în următorul an.

Un comportament experimental, lipsit de atașament față de o singură marcă, este întâlnit deseori în categoriile de produse alimentare. Lactatele nu sunt o excepție. Conform unui sondaj ISRA Center realizat în mediul urban în iulie 2021, majoritatea consumatorilor au mai multe mărci în setul de alegere, fie că vorbim despre brânzeturi sau despre alte lactate. Această tendință s-a manifestat înainte de pandemie și se menține în prezent. Aproximativ 3 din 10 consumatori cumpără aceeași marcă în majoritatea ocaziilor, procentul fiind mai ridicat pentru lapte (4 din 10). Însă majoritatea jonglează între mai multe opțiuni. Consumatorii sunt mai degrabă constanți în alegerea mărcii produselor pe care le consumă zilnic, precum laptele, untul sau iaurtul, decât în cazul celor cumpărate mai rar, cu termen de valabilitate mai mare. Astfel de produse, respectiv cele cumpărate des, formează o rutină de alegere și consum, înclinații greu de schimbat privind setul de branduri; însă aceste alegeri repetitive nu sunt neapărat un efect al atașamentului, al unei relații strânse cu o marcă; sunt mai degrabă rezultatul unui obicei, al unui tip de răspuns învățat. Nu este neapărat vorba de loialitate în sensul de emoții pe care le investim în marcă, ci de obișnuință. De aceea, acum, la fel ca înainte de pandemie, câștigarea loialității consumatorilor rămâne o provocare.

Printre tendințele ce au marcat piața în ultimul an sunt cumpărarea de produse fabricate local și preocuparea pentru sănătate. Ancorarea în local devine o necesitate din ce în ce mai vizibilă pentru producătorii de alimente și retailerii, însă pentru lactate nu este o noutate, mai ales pentru produsele cu termen de valabilitate mai mic, proaspete. Astfel, 1 din 2 consumatori se identifică



cu nevoia de a cumpăra mărci de lactate românești mai mult decât înainte de perioada pre-pandemie.

De altfel, 43% decid marca achiziționată în funcție de proveniența geografică, preferând brandurile românești în categorie. Este un criteriu aproape la fel de important ca prețul, experiența anterioară cu produsul sau ideea de produse sănătoase. Acest ultim aspect, ingredientele sănătoase, sunt a doua tendință din piață. 46% dintre consumatori se identifică cu înclinația de a cumpăra produse lactate mai sănătoase acum, comparativ cu perioada anterioară pandemiei. Iar această tendință, cu excepția unor specialități, produse ce nu au o tradiție de producție în România, este asociată și cu ideea de localizare. Alte elemente a căror relevanță este în creștere în relație cu ideea de calitate și sănătate sunt eticheta BIO, cantitatea de zahăr sau cantitatea de grăsime.

48% dintre români menționează prețul printre criteriile de alegere pentru mărcile de lactate și 27% consideră promoțiile relevante. Cele mai atractive promoții sunt pachetele cu același produs, dintre care unul gratis, dar și discounturile, reducerile de preț. De altfel, aproximativ 1 din 4 consumatori au devenit mai atenți la costuri, comparativ cu perioada anterioară pandemiei, au renunțat la mofturi, s-au orientat către produse mai ieftine sau la promoție. Desigur, acest lucru nu este surprinzător dacă ne gândim la schimbările economice din ultima perioadă, respectiv creșterea ratei șomajului și scăderea veniturilor.

Ponderea promoțiilor pentru produsele lactate a înregistrat o descreștere constantă din primul an de pandemie (2020), continuând reducerea și în al doilea an (2021), de la un procent de 19,8% în prima jumătate a anului 2019, până la 17,3% în aceeași perioadă din 2021 (-2,4pp vs 2019). Cu toate acestea, valoarea efectivă a promoțiilor se menține pe un trend ascendent, cu o creștere de 6,4% față de 2019, deși cu mult în urma creșterii efective a categoriilor lactate din prima jumătate a anului 2021 vs aceeași perioadă a anului 2019, ce a înregistrat un avans de 21,2% față de consumul de dinainte de pandemia Covid 19. Ritmul diferit sau decalat de creștere între valoarea promoțiilor și totalul vânzărilor categoriilor lactate justifică în mod evident descreșterea ponderii promoțiilor în lactate.

Dintre toate categoriile de produse lactate, iaurtul este segmentul cu cea mai mare pondere a contribuției promo, cu aproape un sfert din vânzări înregistrate în promoții (24,4%), urmate de chefir cu o cincime a vânzărilor realizate în promo (20%), unt (19,4%) și sana (19,5%). Cu excepția untului și a sanei, ce sunt pe creștere din punct de vedere al ponderii promoțiilor în valoarea totală a vânzărilor (+2,3pp respectiv 2,4pp vs 2019), pentru iaurt și chefir se înregistrează scădere anul acesta față de perioada pre-pandemică cu -3,5pp, respectiv -0,8pp. Alte două categorii de produse lactate ce au înregistrat creștere a ponderii promoțiilor în 2021 față de aceeași perioadă din 2019 sunt smântâna cu 1,9pp (16,4% pondere a promoțiilor în 2021) și laptele bătut cu 0,2pp (17,7% pondere a promoțiilor în 2021).

Situația contractării ponderii promoțiilor din valoarea totală a vânzărilor categoriei este mai degrabă specifică lactatelor din top 3 vânzări: brânza preambalată a pierdut ceva mai mult de -1pp în fiecare an, ajungând la 17,3% în 2021, laptele a scăzut în pondere a promoțiilor relativ similar, cu -2,8pp față de 2019, ajungând la 13%, iar iaurtul cu -3,5pp față de 2019, deși a beneficiat de o creștere a activității promoționale în 2020. O scădere constantă, mult mai abruptă a ponderii promoțiilor a fost înregistrată de brânza vrac, ce a scăzut în 2021 cu -9,3pp față de 2019, ajungând la 12,7%.

Ponderea cea mai mică a vânzărilor promo o are laptele condensat (4,1%).

TOTAL LACTATE	ian-iun 2019	ian-iun 2020	ian-iun 2021	2020 vs 2019	2021 vs 2019
	19.80%	18.60%	17.30%	-1.2 pp	-2.4 pp
brânză preambalată	20.00%	18.60%	17.30%	-1.4 pp	-2.7 pp
lapte	15.80%	11.80%	13.00%	-4.0 pp	-2.8 pp
iaurt	27.90%	29.00%	24.40%	1.1 pp	-3.5 pp
unt	17.10%	18.60%	19.40%	1.5 pp	2.3 pp
smântână	14.50%	17.50%	16.40%	3.0 pp	1.9 pp
brânză vrac	22.00%	14.40%	12.70%	-7.6 pp	-9.3 pp
sana	17.10%	20.50%	19.50%	3.4 pp	2.4 pp
chefir	20.80%	21.80%	20.00%	0.9 pp	-0.8 pp
frișcă	16.40%	20.40%	13.20%	3.9 pp	-3.2 pp
smântână pentru gătit	14.00%	9.50%	12.20%	-4.5 pp	-1.8 pp
lapte bătut	17.50%	21.40%	17.70%	3.9 pp	0.2 pp
lapte condensat	4.60%	4.40%	4.10%	-0.2 pp	-0.5 pp
adaos pentru cafea	12.90%	11.10%	10.40%	-1.8 pp	-2.5 pp

În concluzie, shopperul cumpără valoric mai multe promoții față de acum 2 ani, dar ponderea acestora în cadrul categoriilor lactate a scăzut treptat, pe fondul creșterii vânzărilor totale într-un ritm mai accelerat față de promoții. Explicația pentru acest decalaj este dată în principal de alte resurse / generatoare de creștere a vânzărilor, și nu de promoții: diversificarea sortimentatiei, premiumizare, ambalaje mai mari și, foarte posibil, absorbție de achiziții și din zona non-casnică.

EVOLUȚIA TOTALĂ A VÂNZĂRILOR CATEGORIILOR VS EVOLUȚIA VALORII PROMOȚIILOR		
	evoluție total categorie \$1 2021 vs \$1 2019	evoluție valoare promo \$1 2021 vs \$1 2019
TOTAL LACTATE	21.2%	6.4%
1 brânză preambalată	24.1%	7.4%
2 lapte	32.8%	9.2%
3 iaurt	10.4%	-3.2%
4 unt	21.5%	37.9%
5 smântână	16.8%	31.9%
6 brânză vrac	-3.9%	-44.5%
7 sana	9.2%	24.4%
8 chefir	27.0%	22.2%
9 frișcă	25.7%	1.0%
10 smântână pentru gătit	43.8%	25.5%
11 lapte bătut	11.2%	12.6%
12 lapte condensat	33.0%	17.6%
13 adaos pentru cafea	34.4%	8.2%

Spre deosebire de perioada de pre-pandemie, tipurile de promoții s-au modificat ca mecanisme în 2020 și 2021, în mod evident din pricina restricțiilor sanitare, dar și a imprevizibilității evoluției vânzărilor, activările promoționale mutând accentul către reducerile temporare de preț (TPR). Pentru cele mai consumate produse lactate, aceste reduceri au crescut semnificativ în 2021 față de 2019: pentru brânză preambalată cu 8%, pentru lapte cu 13,5%, pentru iaurt cu 12%, pentru unt cu 47%.

Pe de altă parte, valoarea vânzărilor generate de promoțiile de tipul „produs extra-bonus” pentru același preț au scăzut abrupt față de aceeași perioadă a anului 2019 - cu 93% pentru lapte, cu 32% pentru iaurt. În același trend se înscriu și promoțiile de tip „banded pac?”, ce presupun vânzarea împreună, într-un pachet, a două produse diferite - acestea au scăzut pentru brânza preambalată cu -35% în 2021

față de aceeași perioadă di 2019, iar pentru unt cu -61%. Și aceste mecanisme au scăzut dramatic din pricina dificultății logistice și a costurilor asociate pentru pregătirea pachetelor pe timp de pandemie.

În ceea ce privește evoluția tipurilor de împachetări în promoții, am remarcat că valoarea vânzărilor promoționale a crescut în 2021 vs 2019 mai mult pentru împachetările de 4 și 6 produse cu 20%, respectiv cu 49% (în special pentru iaurt)? în același timp, promoțiile asociate împachetărilor de 2 și 3 au scăzut față de 2019, cu -10% pentru fiecare tip (în special pentru lapte și iaurt).

Pentru iaurt, ambalările cu 8 produse au scăzut (-34%) pentru prima parte a anului 2021 vs 2019. În schimb, pentru brânză preambalată, pachetele cu 3 produse au crescut semnificativ față de 2019, înregistrând vânzări de 4 ori mai mari în 2021.

În timpul pandemiei, „acasă” a devenit locul unde consumatorii au început să reproducă o serie amplă de experimente culinare transpuse din HoReCa, din călătorii sau inspirate din social media, bloguri sau emisiuni culinare.

Mărcile care au comunicat activ în timpul pandemiei, care au fost prezente atât în comunicare, cât și la raft, prin strategii inovatoare au fost remarcate de consumatori, câștigând încrederea acestora.

În categoria de lactate, consumatorii au manifestat un interes ridicat față de inovațiile de produs: brânză cu diferite arome (lavandă, busuioc), în culori și texturi inedite. Totodată, produsele semi-preparate (e.g. Delicii Calde Hochland) au reprezentat alternative de home-made cooking, rapide și gustoase, în contextul schimbării semnificației „casei” și a stilului de viață.

Brânzeturi precum mozzarella, parmezan sau cașcaval au fost incluse mai des în prepararea diferitelor rețete, diversificând astfel aria de preparate culinare.

În prezent, deși consumatorii s-au reîntors către obiceiurile de a se delecta în HoReCa sau de a merge în călătorii, nevoia de experimentare în retail rămâne crescută. De aceea, așezarea strategică la raft, plasări secundare sau comunicare de ocazii de consum (pentru mic dejun, răsfăț etc.) pot genera intenția de experimentare.

Unul din trendurile care a continuat să fie prezent în obiceiurile de cumpărare și consum ale românilor, după izbucnirea pandemiei și până în prezent, privește sub-categoria produselor BIO. Deși ocaziile de cumpărare sunt limitate și nu constituie un comportament habitual care să fi înlocuit în totalitate achiziția categoriei de produse de brânzeturi și lactate non-bio, totuși produsele BIO sunt prezente în mintea consumatorilor și ajung din ce în ce mai des să fie prezente în coșul de cumpărături.

Principala motivație de achiziție a acestora este dată de nevoia unei alimentații cât mai sănătoase, în special asociată cu alimentația copilului. De aceea, lactatele BIO pot fi achiziționate în anumite ocazii, exclusiv pentru copii, alegând pentru restul familiei produse nonbio, considerate a fi mai accesibile.

Accesul facil în cadrul categoriei BIO, prin prisma promoțiilor, ajunge să fie mai important decât loialitatea față de o anumită marcă. Astfel, promoțiile reprezintă o oportunitate de a recruta consumatori din categoria de produse non-bio. De asemenea, poziționarea separată la raft a produselor BIO crește vizibilitatea acestora și generează o poziționare diferită în mintea consumatorilor, aspect ce extinde customer journey.

Un alt trend din ce în ce mai vizibil în mentalul colectiv al consumatorilor vizează sustenabilitatea producției și a consumului de produse „autentice”. În sensul acesta, consumatorii devin tot mai atenți și interesați să investească și să susțină comunitățile de producători „tradiționali” și în produse „de țară”.



DEZVOLTAREA DE NOI PRODUSE ÎN TERITORIUL GAL POARTA TRANSILVANIEI



LIDER DE PARTENERIAT
GAL POARTA TRANSILVANIEI

PARTENER
UNIVERSITATEA DE ȘTIINȚE AGRICOLE ȘI MEDICINĂ VETERINARĂ CLUJ-NAPOCA

Consumatorii din cadrul comunității online Modern Consumers, un tool de cercetare calitativă proprie iSense Solutions, au declarat că ar fi dispuși să plătească un preț ușor mai ridicat față de produsele mass-market, pentru a avea acces la lactate românești, provenite din diferite zone ale țării, asociate cu tradiție și autenticitate (Covasna, Harghita, Moldova) și pentru a susține comunitățile de producători din zonele respective. Promovarea producătorilor locali în cadrul unor raioane dedicate din lanțurile de hipermarketuri ar putea oferi un acces mai facil consumatorilor nostalgici față de produsele care promit gustul copilăriei/produse de țară, „ca la mama acasă”.

În ceea ce privește inovația, consumatorii identifică o multitudine de noutăți atât în termeni de varietate de brand, cât și de sortimente. În acest sens, pe de-o parte, deschiderea către o gamă mai largă de sortimente, iar pe de altă parte, oferta din ce în ce mai variată a brandurilor de brânzeturi și lactate determină o dezvoltare a categoriei, care implicit crește segmentul consumatorilor „experimentalisti”, care nu se feresc de a încerca produse și gusturi noi. Astfel, chiar și consumatorii habituali, pentru care flexibilitatea ieșirii din uzual este limitată, ajung să fie expuși la ocazii de consum în care să poată încerca sortimente deosebite sau arome inedite.

Inovațiile din categoria de brânzeturi și lactate pe care le remarcă shopperii includ:

Specialități si arome inedite - care atrag prin combinații atipice (lavandă, wassabi, sos pesto) și prin culori neobișnuite (mov, verde, roșie, „în trei culori”).

Specialități în funcție de țara de origine - atrag prin rețeta autentică și prin calitatea superioară. Consumatorii din cadrul comunității online Modern Consumers menționează apariția unor brânzeturi maturate ce conțin ingrediente inedite precum bere, condimente speciale, legume uscate etc.

Sortimente care adresează segmente particulare de consumatori - produse care răspund unor nevoi punctuale cum ar fi procent scăzut de grăsimi (brânză light), intoleranțe sau diete speciale (brânză vegetală/ vegană & de post, fără lactoză), alimente cu aport special de macronutrienți (produse cu procent ridicat de proteine).

Ambalaje diversificate - care inovează în termeni de experiență de consum și care oferă mai multe tipuri de brânzeturi în același ambalaj (Hochland Selecție de Gusturi: Delicat, Cremos, Intens).

Ambalaje speciale - care adresează segmente de consumatori diferiți (ambalaje pentru copii), sau ocazii particulare (brânză rasă, single bites).

Ambalaje igienice - care au adresat nevoile crescute de igienă din timpul pandemiei și care sunt potrivite pentru ocaziile de consum on-the-go (Monor cottage cheese, capac și linguriță).

Ambalaje tip “pachet” - care să conțină accesorii/ produse complementare specifice categoriei (cașcaval + cutie de sandwich gratuită) sau combinații de produse cross-category care „merge bine împreună” (iaurt/lapte cu fulgi de porumb).

Bibliografie: Revista Piata, categoria Actualitatea, <https://bit.ly/3ImFJAJ>, 2021



II. Studiu de piață specialități

<https://zimbria.ro/product-category/branzaturi-de-covurlui/>

Magazinul oferă brânză telemea, urdă, cașcaval, caș, burduf, frământată, cu mărar toate la 89 lei kilogramul și un sortiment “ “IL CACIO DI VENERE BIO” FORMAGGIO PECORINO AL TARTUFO TOSCANO 300 G” la 107,33 lei adică 357 lei kilogramul.

<https://www.cumparaturionline.com/cautare.html?search=cascaval&page=2>

<https://www.freshful.ro/c/4-lactate-branzeturi-si-oua/406-branzeturi/40607-specialitati-internationale>

<https://roa-cluj.ro/collections/lactate>

1	Brânză maturată cu leurdă	250 gr	34 lei	136 lei/kg
2	Brânză maturată natur	250 gr	29 lei	116 lei/kg
3	Brânză maturată cu fetească neagră	250 gr	35 lei	140 lei/kg
4	Brânză maturată cu boabe de piper verde	250 gr	34 lei	136 lei/kg
5	Brânză maturată cu turmeric	250 gr	33 lei	132 lei/kg

https://www.online.fine-food.ro/magazin-fine-food/?s=cascaval&post_type=product&per_page=%2048

1	Cascaval de vaca afumat, impletit, pret pe kg	56,00 lei	Produs obtinut prin oparirea casului din lapte de vaca, afumat apoi cu fum natural
2	Cascaval de vaca, pret pe kg	53,00 lei	Produs obtinut din lapte de vaca pasteurizat, cheag si sare.
3	Rulada din cascaval cu sunca, bucata de aprox 300g, pret pe kg	59,00 lei Aprox 200 lei/kg	Cascaval obtinut din lapte de vaca pasteurizat, cheag, sare, sunca din carne de porc
4	Cascaval din lapte de bivolita, pachet 200g, pret pe bucata	16,00 lei 80 lei/kg	Obtinut din lapte de bivolita integral, cheag, saruri.
5	Cascaval din lapte de capra, pachet de 200g, pret pe bucata	16,00 lei 80 lei/kg	Obtinut prin oparirea casului din lapte integral de capra, pasteurizat
6	Cascaval de vaca, miniroata de aprox 500g, pret pe kg	53,00 lei	Produs obtinut din lapte de vaca pasteurizat, cheag si sare.
7	Cascaval din lapte de oaie, pret pe kg	60,00 lei	Lapte integral de oaie, sare, cheag
8	Cascaval maturat in vin, pachet de circa 350g, pret pe kg	79,00 lei	Produs obtinut prin oparirea casului din lapte integral de vaca. Contine lactoza
9	Cascaval de vaca afumat, miniroata de aprox 500g,	56,00 lei	Produs obtinut prin oparirea casului din lapte de vaca, afumat apoi cu fum natural



DEZVOLTAREA DE NOI PRODUSE ÎN TERITORIUL GAL POARTA TRANSILVANIEI



PEI - AGRI, PNDR 2014 - 2020, sM. 16.1

LIDER DE PARTENERIAT
GAL POARTA TRANSILVANIEI

PARTENER
UNIVERSITATEA DE ȘTIINȚE AGRICOLE ȘI MEDICINĂ VETERINARĂ CLUJ-NAPOCA

10

	pret pe kg		
10	Cascaval Rucar cu nuca, pret pe kg	72,00 lei	Produs obtinut prin oparirea casului (lapte integral de vaca, sare max 3%, grasimi 45%, umiditate maxim 44%), nuca
11	Cascaval Buric din lapte de vaca, pret pe kg	55,00 lei	Produs din lapte de vaca, sare, cheag. Grasimi minim 40%
12	Cas de vaca afumat Produs traditional Romanesc, pret pe kg	59,00 lei	Cașcavalul este făcut din lapte 100 la 100 natural, se da cheag se lasă să se închege, durata închegări 40, 45 de minute apoi se jănțuiește (se zbate laptele care să inghegat)apoi se strânge cașul se pune în crintă și se lasă la dospit 10 12 ore la o temperatura de 20 22 grade.după se feliază și se prelucrează cu apa fierbinte. Apoi se pune în formă (tipar) și se adaugă în salamura (apa cu sare) se lasă în jur de 8 ore la sărat, apoi se scoate se lasă la stors și după se baga la fum sau se servește alb (adică neafumat).

<https://nodverde.ro/produse/lactate/>

Nr.	Produs	Pret	Pret/kg
1	Branza Burdof Sul 300G- Torockoi	17,00 lei	56.67
2	Branza de Bivolita Rulou 100G- La Colline	8,00 lei	80.00
3	Brânză de burdof din lapte de vacă și bivoliță (cca 510g/buc) – Narcheese	28,00 lei	54.90
4	Branza de Capra- Rulou a la Provence La Colline 100G	8,00 lei	80.00
5	Branza de Capra- Rulou Clasic La Colline 100G	8,00 lei	80.00
6	Branza de Capra- Rulou cu Trufe La Colline 100G	8,50 lei	85.00
7	Brânză maturată 3 luni Port Trapist (cca 250g/bucată) – Caseus	36,00 lei	144.00
8	Branza Maturata Apuseni 200G- Torockoi	16,50 lei	82.50
9	Branza Maturata cu Ardei 200gG- Torockoi	17,50 lei	87.50
10	Branza Maturata cu Busuioc 200G- Torockoi	17,50 lei	87.50
11	Branza Maturata cu Chili 200G- Torockoi	17,50 lei	87.50
12	Branza Maturata cu Chimen 200G- Torockoi	17,50 lei	87.50
13	Branza Maturata cu Cimbrisor 200G- Torockoi	17,50 lei	87.50
14	Branza Maturata cu Levantica 200G- Torockoi	17,50 lei	87.50
15	Branza Maturata cu Nuca 200G- Torockoi	17,50 lei	87.50
16	Branza Maturata cu Piper 200G- Torockoi	17,50 lei	87.50
17	Branza Maturata cu Trufe 200G- Torockoi	21,50 lei	107.50
18	Branza Maturata Tilsit 200G- Torockoi	22,00 lei	110.00
19	Branza Maturată Trascau 200G- Torockoi	22,00 lei	110.00



DEZVOLTAREA DE NOI PRODUSE ÎN TERITORIUL GAL POARTA TRANSILVANIEI



PEI - AGRI, PNDR 2014 - 2020, sM. 16.1

LIDER DE PARTENERIAT
GAL POARTA TRANSILVANIEI

PARTENER
UNIVERSITATEA DE ȘTIINȚE AGRICOLE ȘI MEDICINĂ VETERINARĂ CLUJ-NAPOCA

11

20	Branza Topita cu Smantana 125G- Torockoi	4,50 lei	36.00
21	Crema de Branza Cheddar cu Ceapa 250G- Torockoi	7,85 lei	31.40
22	Crema de Branza Cheddar cu Chimen 250G- Torockoi	7,85 lei	31.40
23	Smantana Aadevarata 400G- Torockoi	24,00 lei	60.00
24	Telemea Superioara 300G- Torockoi	16,00 lei	53.33
25	Unt de Casa 200G- Torockoi	20,00 lei	100.00

<https://fermierbun.ro/product-category/lactate/>

Nr.	Produs	Pret	Gramaj
1	Branza maturata – cu chimen	20,00 lei	160g
2	Branza maturata cu busuioc	20,00 lei	160g
3	Cas dulce de vaca	25,00 lei	1kg
4	Cascaval de vaca	27,00 lei	
5	Cascaval mix capra-oaie	10,80 lei	400g
6	Chefir	9,00 lei	900
7	Iaurt de casa	8,00 lei	900 g
8	Iaurt natural de capra	30,00 lei	700 g
9	Iaurt natural de oaie	30,00 lei	700 g
10	Smantana bivolita	9,00 lei	335 g
11	Telemea noua de bivolita	31,00 lei	
12	Telemea noua de oaie	36,00 lei	
13	Telemea noua de vaca	27,00 lei	
14	Telemea veche de capra	45,00 lei	
15	Telemea veche de oaie	45,00 lei	
16	Unt de casa	40,00 lei	500 g

Băcănia Bologna

Grupul de Acțiune Locală
POARTA TRANSILVANIEI

<https://bolloga.ro/product-category/lactate-si-branzeturi/>

Nr.	Sortiment	Preț (lei)	Pret/kg (lei)
1	Branza maturata capra cu trufe, 250 gr	48	192
2	Mozzarella Bolloga, 200 gr	31	155
3	Unt ecologic, 82% grasime, 250 gr	34,5	138
4	Brânză maturată cu nuci în coniac, 250 gr	31	124
5	Branza semimaturata Bolloga, 330 gr	39,27	120
6	Smantana ecologica din lapte de vaca, 200 g	24	120
7	Branza cremoasa din lapte de capra, 200 g, grasime 20%	22	110
8	Camembert din lapte crud, românesc, 250 gr	27	108
9	Branza maturata de vaca nature, 250 gr	26,5	106



DEZVOLTAREA DE NOI PRODUSE ÎN TERITORIUL GAL POARTA TRANSILVANIEI



PEI - AGRI, PNDR 2014 - 2020, sM. 16.1

LIDER DE PARTENERIAT
GAL POARTA TRANSILVANIEI

PARTENER
UNIVERSITATEA DE ȘTIINȚE AGRICOLE ȘI MEDICINĂ VETERINARĂ CLUJ-NAPOCA

10	Cascaval cu nuca Bolloga, 500 gr	42,5	85
11	Cascaval cu marar Bolloga, 500 gr	42,5	85
12	Cascaval cu rosii si busuioc Bolloga, 500 gr	42,5	85
13	Cascaval cu piper mozaic Bolloga, 500 gr	42,5	85
14	Cascaval cu jumari Bolloga, 500 gr	42,5	85
15	Telemea capra in saramura, 250 gr	20,5	82
16	Cas din lapte de capra cu chimen 250g	20,5	82
17	Cas din lapte de capra cu praz 250g	20,5	82
18	Cas din lapte de capra cu oregano 250g	20,5	82
19	Iaurt din migdale si culturi vegane, Verde Fresh, 200 ml	15,5	77,5
20	Ricotta, 250 gr	18	72
21	Smantana eco, 32 % grasime, 500 gr	33	66
22	Iaurt din lapte de capra, 160 gr	9,50	60
23	Iaurt ecologic din lapte de vaca, 3% grasime, 160 g	6,90	43
24	Kefir ecologic, 250 ml	7,50	30
25	Sana ecologica din lapte de vaca, 3% grasime, 250 ml	7,50	30
26	Lapte proaspăt ecologic de vaca, 1000 ml	25	25
27	Lapte din migdale, produs artizanal, Verde fresh, 1000 ml	21	21
28	Lapte bio fara lactoza, 3,5% grasime, 1L HEIRLER	16,75	16,75

12

Băcănia Rod

Nr.	Sortiment	Pret vanzare	Pret lista (lei)	Preț/kg (lei)
1	Cașcaval de vacă, 400g	25,40 lei	30,60 lei	62
2	Cașcaval afumat, 350g	22,92 lei	26,70 lei	
3	Cașcaval cu nucă, 400g	30,20		75
4	Cașcaval de capră, 350g	40,95		124
5	Cașcaval Maasdam, 400g	27,20		70
6	Gouda tânăr, 400g	27,12		70
7	Cașcaval Gouda cu Ardei, Arpagic si Usturoi, 350g	32,62 lei	45,15 lei	95
8	Cașcaval Gouda cu Lavandă, 350g	40,07 lei	45,15 lei	125
9	Cașcaval Gouda cu pesto roșu, 350g	41,65 lei	49,70 lei	123
10	Cascaval Gouda cu pesto verde, 350g	41,65 lei	49,70 lei	123
11	Cașcaval de capră Le Chevre, 350g	39,48 lei	43,40 lei	120
12	Brânză de burduf 600g	35,7 lei		60
13	Brânză maturată cu busuioc 300g	25,38 lei	29,61 lei	76
14	Brânză maturată iute, 300g	25,05 lei	28,95 lei	75
15	Brânză maturată Tilsit, 300g	25,38 lei	28,35 lei	76
16	Brânză maturată cu trufe, 300g	36,90 lei	40,65 lei	111



17	Pecorino Romano D.O.P., 350g	46,48 lei	62,12 lei	163
18	Grana Padano Rossi, 350g	41,65 lei		146
19	Pecorino Gran Nuraghe, 350gr	57,99 lei	72,62 lei	205
20	Branza Maturata Peleaga, 300g	28,71 lei		95
21	Branza maturata Bucura, 300g	28,71 lei		95
22	Branza maturata Retezat, 300g	28,71 lei		95

III. Studiu de piață supermarketuri

Obiective urmarite:

- Identificarea tipurilor de produse lactate (cașcaal, brânză, produse derivate din acestea) aflate pe piață;
- Identificarea producătorilor și a sortimentelor corespunzătoare;
- Identificarea gramajelor;
- Identificarea prețurilor unitare

1. Produse de tip cașcaval

Magazinul Cora

Din cele 220 de produse identificate în magazinul Cora, 175 sunt cașcaval propriu-zis, iar altele 45 conțin în componența lor cașcaval sau arome de cașcaval.

Marea majoritate a produselor de cașcaval sunt din cașcaval de vacă. Au mai fost identificate 5 produse din cașcaval de capră, produse din cașcaval de oaie și nici un produs cașcaval de bivoliță

Cașcaval de capră

Produsele cașcaval de capră la CORA sunt în număr de 5:

Produs	Pret	Gramaj	Lei / kg
Solomonescu Cascaval de capra 44% 250 g	16.59	250	66.36
Five Continents cascaval capra feliat 42% grasime 150 g	18.39	150	122.60
Five Continents Cascaval de capra 42% feliat la kg	96.69	1000	96.69
Cora Traditia Gustului cascaval de capra 45% grasime 400 g	33.29	400	83.23
Five continents cascaval capra 42% 400g	39.49	400	98.73

Firma Five continents propune un cașcaval de capră la 42% grăsime cu un preț cuprins între 96,69 lei și 122,6 lei /kg în funcție de cantitatea vândută. Prețul scade cu cantitatea vândută și crește cu gradul de prelucrare (feliere) a produsului. Solomonescu se poziționează cu un preț sub prețul concurenței, în timp ce prețul Cora este sub prețul concurentului principal "Five Continents". Cantitățile vândute sunt cuprinse între 150 g și 1 kilogram.

Carrefour



DEZVOLTAREA DE NOI PRODUSE ÎN TERITORIUL GAL POARTA TRANSILVANIEI



PEI - AGRI, PNDR 2014 - 2020, SM. 16.1

LIDER DE PARTENERIAT
GAL POARTA TRANSILVANIEI

PARTENER
UNIVERSITATEA DE ȘTIINȚE AGRICOLE ȘI MEDICINĂ VETERINARĂ CLUJ-NAPOCA

Produs	Pret	Gramaj	Lei / kg
Cascaval de capra Drag de Romania 250g	20.5	250	82.00
Cascaval de capra, feliat 150 g Five Continents	17.5	150	116.67
Cascaval din lapte de capra 400 g Five Continents	36.9	400	92.25

La Auchan s-au identificat următoarele produse cu lapte de capră:

Produs	Pret	Gramaj	Lei / kg
Cascaval de capra si vaca Auchan, 250 g	18	250	72.00
Cascaval de capra Five Continents, 250 g	23.5	250	94.00
Cascaval de capra Five Continents, 400 g	35.9	400	89.75
Cascaval de capra Solomonescu, 250 g	19.8	250	79.20
Cascaval din lapte de capra Bradet, cu tocator de lemn inclus	Indisponibil	420	

La Mega Image există două sortimente pe bază de lapte de capră:

Produs	Pret	Gramaj	Lei / kg
Five continents Cascaval de capra feliat 150g	16.98	150	113.20
Five continents Cascaval de capra 250g	24.79	250	99.16

Lapte de oaie și bivoliță

La CORA S-au identificat doar două produse din cașcaval de oaie și nici unul de bivoliță.

Cele două produse din lapte de oaie au fost:

Produs	Pret	Gramaj	Lei / kg
Ayanlact cascaval dobrogean oaie la kg	68.59	1000	68.59
Solomonescu De Luxe cascaval oaie 400 g	22.99	400	57.48

Prețurile sunt cuprinse între 57 și 69 lei/kg cu firma Solomonescu practicând un preț sub prețul concurenței.

La CARREFOUR și MEGA IMAGE nu s-a identificat nici un fel de cașcaval de oaie sau bivoliță.

La AUCHAN există un singur produs din lapte de oaie, niciunul din lapte de bivoliță:

Produs	Pret	Gramaj	Lei / kg
Cascaval de oaie si vaca Auchan, 250 g	20	250	80.00

În ceea ce privește felierea cașcavalului conform analizei regresionale, produsele feliate sunt în medie semnificativ statistic mai scumpe cu 8,05 lei/kg cu o probabilitate de garantare a rezultatului de 95%, față de prețul mediu pe kg de 73,5 lei.



DEZVOLTAREA DE NOI PRODUSE ÎN TERITORIUL GAL POARTA TRANSILVANIEI



PEI - AGRI, PNDR 2014 - 2020, SM. 16.1

LIDER DE PARTENERIAT
GAL POARTA TRANSILVANIEI

PARTENER
UNIVERSITATEA DE ȘTIINȚE AGRICOLE ȘI MEDICINĂ VETERINARĂ CLUJ-NAPOCA

De asemenea pe măsură ce cantitatea împachetată crește, prețul produsului scade semnificativ statistic cu aproximativ 2,25 lei /100 grame față de prețul mediu pe Kilogram de 73,5 lei.

Nu s-au observat diferențe semnificative statistic, în legătură cu atributul de "afumat" a acestor produse. Așadar afumarea produsului nu crește prețul acestuia.

La magazinul **Cora** s-au identificat următoarele sortimente ale producătorului Covalact:

Produs	Pret	Gramaj	Pret/kg
Covalact Cascaval Rucar 400g	26.49	400	66.23
Covalact cascaval clasic la kg	60.59	1000	60.59
Covalact Cascaval afumat 400 g	22.99	400	57.48
Covalact Cascaval Covasna 43% 300G	16.19	300	53.97
Covalact Cascaval Afumat 42% 300g	18.19	300	60.63
Covalact De Tara Cascaval clasic 42% 300g	15.89	300	52.97
Covalact De Tara Cascaval clasic 42% 400g	21.29	400	53.23
Covalact De Tara Cascaval clasic 42% 600g	34.29	600	57.15
Covalact cascaval Dalia 45% grasime la kg	57.23	1000	57.23
Covalact de Tara cascaval Dalia 600 g	40.59	600	67.65
Covalact cascaval Dalia 45% grasime 400 g	19.79	400	49.48
Covalact de tara cascaval Penteleu 38% 350 g	26.49	350	75.69

Carrefour

Produs	Pret	Gramaj	Pret/kg
Cascaval Rucar 400 g Covalact de Tara	25.9	400	64.75
Cascaval Dalia 400 g Covalact de Tara	22.9	400	57.25
Cascaval Penteleu 350 g Covalact de Tara	23.5	350	67.14
Cascaval Penteleu 175 g Covalact de Tara	12.5	175	71.43
Cascaval afumat 400 g Covalact de Tara	24.9	400	62.25
Cascaval Dalia 600 g Covalact de Tara	37.9	600	63.17
Cascaval Rucar 400 g Covalact de Tara	25.9	400	64.75
Cascaval Dalia 400 g Covalact de Tara	22.9	400	57.25

Auchan

Produs	Pret	Gramaj	Pret/kg
Cascaval rucar Covalact, 400 g	25.7	400	64.25
Cascaval dalia Covalact, 400 g	22.9	400	57.25
Cascaval penteleu Covalact, 350 g	22.9	350	65.43
Cascaval dalia Covalact, 600 g	37.9	600	63.17
Cascaval afumat Covalact, 400 g	24.9	400	62.25



DEZVOLTAREA DE NOI PRODUSE ÎN TERITORIUL GAL POARTA TRANSILVANIEI



PEI - AGRI, PNDR 2014 - 2020, sM. 16.1

LIDER DE PARTENERIAT
GAL POARTA TRANSILVANIEI

PARTENER
UNIVERSITATEA DE ȘTIINȚE AGRICOLE ȘI MEDICINĂ VETERINARĂ CLUJ-NAPOCA

Mega Image

Produs	Pret	Gramaj	Pret/kg
Cascaval Penteleu 38% grasime 350g Covalact de Tara	24.39	350	69.69
Cascaval Rucar 400g Covalact de Tara	26.35	400	65.88
Cascaval Dalia 400g Covalact de Tara	24.15	400	60.38

Delaco vine la CORA cu sortimentele:

Produs	Pret	Gramaj	Pret/kg
Delaco cascaval 400 g	23.09	400	57.72
Delaco cascaval pane 350 g	22.99	350	65.69
Delaco Desenvis cascaval afumat 730 g	49.6	730	67.95
Delaco cascaval De Senvis la kg	54.59	1000	54.59
Delaco Toni Junior cascaval 250 g	18.49	250	73.96
Delaco DeSenvis cascaval 45% grasime 740 g	45.03	740	60.85
Delaco cascaval Sofia 45% grasime 900 g	64.57	900	71.74
Delaco De Senvis cascaval felii 500 g	33.67	500	67.34
Delaco cascaval Sofia 45% grasime 450 g	24.74	450	54.98
Delaco DeSenvis cascaval 45% grasime 350 g	19.75	350	56.43
Delaco cascaval afumat 45% grasime 450 g	34.12	450	75.82
Delaco cascaval afumat 45% grasime 250 g	19.53	250	78.12
Delaco cascaval Sofia 45% grasime 250 g	19.1	250	76.40
Delaco De Senvis cascaval felii 500 g	33.67	500	67.34
Delaco DeSenvis cascaval feliat 45% grasime 100 g	8.36	100	83.60
Delaco cascaval afumat feliat 38% grasime 100 g	7.29	100	72.90
Delaco Cascaval de familie calup feliat la kg	70.39	1000	70.39
Delaco Appetito Branza topita cu cascaval 150g	7.29	150	48.60
Delaco Appetito branza topita cu cascaval 400 g	19.95	400	49.88
Delaco Emmentaler cascaval cu gauri 44% grasime 400 g	35.79	400	89.48

Delaco Carefour

Produs	Pret	Gramaj	Pret/kg
Cascaval DeSenvis Delaco 350g	18.9	350	54.00
Cascaval clasic feliat DeSenvis Delaco 100 g	7.39	100	73.90
Cascaval Sofia Delaco 450 g	29.9	450	66.44
Cascaval DeSenvis Delaco 740 g	37.9	740	51.22
Cascaval felii Delaco 500g	32.9	500	65.80
Cascaval Sofia Delaco 250 g	17.5	250	70.00
Cascaval Toni Junior 250g Delaco	16.6	250	66.40



DEZVOLTAREA DE NOI PRODUSE ÎN TERITORIUL GAL POARTA TRANSILVANIEI



PEI - AGRI, PNDR 2014 - 2020, sM. 16.1

LIDER DE PARTENERIAT
GAL POARTA TRANSILVANIEI

PARTENER
UNIVERSITATEA DE ȘTIINȚE AGRICOLE ȘI MEDICINĂ VETERINARĂ CLUJ-NAPOCA

Cascaval afumat 450 g Delaco	29.9	450	66.44
Cascaval afumat 250 g Delaco	17.5	250	70.00
Cascaval felii 200 g Delaco	15.5	200	77.50
Cascaval afumat Delaco DeSenviș 730g	41.5	730	56.85
Cascaval afumat DeSenviș 330 g Delaco	19.5	330	59.09
Cascaval Sofia 900 g Delaco	59.5	900	66.11
Cascaval de familie Delaco per 100g (100 gr)	45.5	100	45.50
Cascaval afumat natural 900 g Delaco	59.5	900	66.11

Delaco Auchan

Produs	Pret	Gramaj	Pret/kg
Cascaval Delaco DeSenviș, 350 g	16.59	350	47.40
Cascaval Delaco Sofia, 250 g	17.4	250	69.60
Cascaval Delaco DeSenviș, 740 g	40.3	740	54.46
Cascaval Delaco Sofia, 450 g	28.2	450	62.67
Cascaval Delaco Junior, 250 g	18.5	250	74.00
Cascaval afumat Delaco, 450 g	28.2	450	62.67
Cascaval cheddar Delaco DeSenviș, 250 g	19.2	250	76.80
Cascaval emmentaler Delaco, 400 g	28.4	400	71.00
Cascaval Delaco Sofia, 900 g	53.4	900	59.33
Cascaval Delaco, 400 g	22.5	400	56.25
Cascaval afumat Delaco, 900 g	56.9	900	63.22
Cascaval afumat Delaco DeSenviș, 330 g	17	330	51.52
Cascaval emmentaler Delaco, 200 g	15.9	200	79.50
Cascaval emmentaler Delaco Junior, 100 g	9.45	100	94.50
Cascaval afumat DeSenviș Delaco, 730 g	40.3	730	55.21
Cascaval afumat Delaco, 250 g	17.4	250	69.60

Delaco Mega Image

Produs	Pret	Gramaj	Pret/kg
De Senviș Cascaval 350g	19.19	350	54.83
Cascaval afumat 450g	36.41	450	80.90
De Senviș Cascaval felii 100g	8.33	100	83.25
Cascaval afumat 250g	16.77	250	67.09
De Senviș Cascaval Sofia 250g	16.97	250	67.89
Cascaval 350g	19.19	350	54.83
Cascaval afumat 450g	36.41	450	80.90

Five continents CORA



DEZVOLTAREA DE NOI PRODUSE ÎN TERITORIUL GAL POARTA TRANSILVANIEI



PEI - AGRI, PNDR 2014 - 2020, sM. 16.1

LIDER DE PARTENERIAT
GAL POARTA TRANSILVANIEI

PARTENER
UNIVERSITATEA DE ȘTIINȚE AGRICOLE ȘI MEDICINĂ VETERINARĂ CLUJ-NAPOCA

Produs	Pret	Gramaj	Pret/kg
Five Continents cascaval Dalia 45% grasime 400 g	25.89	400	64.73
Five Continents cascaval Dobrogea 45% grasime 400 g	40.59	400	101.48
Five Continents cascaval Dobrogea 45% grasime la kg	97.59	1000	97.59
Five Continents cascaval Dobrogea feliat 45% grasime 150 g	18.39	150	122.60
Five Continents cascaval Fetesti 44% grasime 400 g	36.39	400	90.98
Five Continents cascaval Ialomita 40% grasime la kg	59.19	1000	59.19
Five Continents cascaval Ialomita la kg	60.09	1000	60.09
Five Continents cascaval Rucar 45% grasime 400 g	23.69	400	59.23

18

Five Continents Carrefour

Produs	Pret	Gramaj	Pret/kg
Cascaval clasic feliat 150 g Five Continents	9.39	150	62.60
Cascaval Dobrogea 250 g Five Continents	24.9	250	99.60
Cascaval Dobrogea feliat Five Continents 150g	17.5	150	116.67
Cascaval Penteleu 300 g Five Continents	19.5	300	65.00
Cascaval Dobrogea Five Continents per 100g	73.5	100	73.50
Cascaval Rucar 45% grasime 400 g Five Continents	21.5	400	53.75
Cascaval clasic feliat 150 g Five Continents	9.39	150	62.60

Five continents Auchan

Produs	Pret	Gramaj	Pret/kg
Cascaval rucar Five Continents, 45% grasime, 400 g	21.4	400	53.50
Cascaval light Five Continents, 400 g	22.7	400	56.75
Cascaval rucar Five Continents, 200 g	12.4	200	62.00
Cascaval Carpati Five Continents, 850 g	46.8	850	55.06
Cascaval dalia Five Continents, 400 g	23.4	400	58.50
Cascaval Dobrogea Five Continents, +/- 1 kg	78.1	1000	78.10

Five Continents Mega image

Produs	Pret	Gramaj	Pret/kg
Five Continents, Peteleu Cascaval 300g	20.65	300	68.83
Five Continents, Cascaval Dobrogea 400g	38.99	400	97.48
Five Continents, Cascaval feliat 150g	16.98	150	113.20
Five Continents, Cascaval Rucar 200g	12.45	200	62.25

Hochland



DEZVOLTAREA DE NOI PRODUSE ÎN TERITORIUL GAL POARTA TRANSILVANIEI



PEI - AGRI, PNDR 2014 - 2020, sM. 16.1

LIDER DE PARTENERIAT
GAL POARTA TRANSILVANIEI

PARTENER
UNIVERSITATEA DE ȘTIINȚE AGRICOLE ȘI MEDICINĂ VETERINARĂ CLUJ-NAPOCA

Produs	Pret	Gramaj	Pret/kg
Hochland Cascaval afumat 45% 600g	33.89	600	56.48
Hochland Cascaval afumat 45% 850g	53.19	850	62.58
Hochland cascaval clasic la kg	49.59	1000	49.59
Hochland Light cascaval felii 150 g	10.99	150	73.27
Hochland cascaval clasic rotund 325 g	18.99	325	58.43
Hochland cascaval clasic 45% grasime 600 g	38.59	600	64.32
Hochland cascaval light 35% grasime 250 g	16.69	250	66.76
Hochland Cascaval felii afumat 42% 260 g	16.09	260	61.88
Hochland cascaval clasic 45% grasime 850 g	51.79	850	60.93
Hochland cascaval afumat 45% grasime 450 g	30.99	450	68.87
Hochland cascaval clasic 45% grasime 450 g	25.99	450	57.76
Hochland cascaval afumat 45% grasime la kg	53.39	1000	53.39
Hochland cascaval clasic 45% grasime 250 g	14.39	250	57.56
Hochland cascaval afumat 45% grasime 250 g	15.39	250	61.56
Hochland Cascaval felii clasic 42% 260 g	15.09	260	58.04
Hochland cascaval clasic rotund 45% grasime 200 g	14.89	200	74.45
Hochland cascaval afumat 45% grasime felii 150 g	10.99	150	73.27
Hochland cascaval clasic 45% grasime felii 150 g	10.29	150	68.60
Hochland Branza topita felii cu cascaval 280g	12.29	280	43.89
Hochland branza topita cu cascaval felii 140 g	6.89	140	49.21
Hochland branza topita felii cu cascaval 700 g	31.39	700	44.84
Hochland branza topita triunghiuri cu cascaval 140 g	7.09	140	50.64
Hochland Delicii Calde cascaval pane 45% grasime 2 x 75 g	15.09	150	100.60

Napolact

Produs	Pret	Gramaj	Pret/kg
Napolact Cascaval afumat 250g	19.29	250	51.96
Napolact Cascaval afumat 350g	25.29	350	66.54
Napolact Cascaval Bloc 240g	16.85	240	70.21
Napolact cascaval bloc 250 g	16.69	250	66.76
Napolact Cascaval Afumat Bloc 240g	16.85	240	70.21
Napolact Cascaval afumat felii 140g	12.49	140	89.21
Napolact Cascaval afumat felii 240g	20.89	240	87.04
Napolact cascaval felii 140 g	12.09	140	86.36
Napolact cascaval felii 240 g	20.29	240	84.54
Napolact cascaval bloc 350 g	24.49	350	69.97
Napolact cascaval bloc 450 g	28.29	450	62.87
Napolact Bio cascaval din lapte de vaca 200 g	15.99	200	79.95



DEZVOLTAREA DE NOI PRODUSE ÎN TERITORIUL GAL POARTA TRANSILVANIEI



PEI - AGRI, PNDR 2014 - 2020, sM. 16.1

LIDER DE PARTENERIAT
GAL POARTA TRANSILVANIEI

PARTENER
UNIVERSITATEA DE ȘTIINȚE AGRICOLE ȘI MEDICINĂ VETERINARĂ CLUJ-NAPOCA

Mirdatod Cora

20

Produs	Pret	Gramaj	Pret/kg
Mirdatod de Ibanesti cascaval 250 g	17.79	250	71.16
Mirdatod de Ibanesti cascaval 500 g	38.59	500	77.18
Mirdatod de Ibanesti cascaval 400 g	30.59	400	76.48
Mirdatod Cascaval de Ibanesti feliat 120 g	9.49	120	79.08
Mirdatod Cascaval de Ibanesti afumat 500 g	41.39	500	82.78
Mirdatod Cascaval de vaca 38% grasime 450 g	18.99	450	42.20
Mirdatod de Ibanesti cascaval produs montan 250 g	21.49	250	85.96
Mirdatod de Ibanesti rulada de cascaval afumat cu piper 300 g	25.39	300	84.63
Nobiletto de Ibanesti cascaval 250 g	15.06	250	60.24

Nu există produse Mirdatod la Carrefour

Mirdatod Auchan

Produs	Pret	Gramaj	Pret/kg
Cascaval Mirdatod dalia de Ibanesti, 400 g	29.3	400	73.25
Cascaval din lapte de vaca Mirdatod de Ibanesti, 250 g	18.3	250	73.20
Cascaval afumat cu boia Mirdatod de Ibanesti, rulada, 300 g	20.6	300	68.67
Cascaval montan de Ibanesti Mirdatod, 250 g	19.9	250	79.60

Mirdatod Mega Image

Produs	Pret	Gramaj	Pret/kg
Mirdatod Cascaval de Ibanesti 500g	31.44	500	62.88

Produsul Mirdatod Cașcaval montan se vinde ambalat la 250 de grame și costă 79,6 lei la Auchan respective 85,96 lei la Cora

Marci de magazin

Cora, Winny, Joli Ju

Produs	Pret	Gramaj	Pret/kg
Cora Cascaval feliat la kg	51.89	1000	51.89
Cora cascaval afumat bradut 38% 200g	14.79	200	73.95
Cora cascaval afumat bradut 38% 400g	27.29	400	68.23
Cora Traditia Gustului cascaval clasic feliat 150 g	9.09	150	60.60
Cora Traditia Gustului cascaval afumat feliat 150 g	9.29	150	61.93
Cora Traditia Gustului cascaval impletit 42% grasime	15.29	300	50.97
Winny cascaval Rucar 45% 100g	4.19	100	41.90



DEZVOLTAREA DE NOI PRODUSE ÎN TERITORIUL GAL POARTA TRANSILVANIEI PEI - AGRI, PNDR 2014 - 2020, sM. 16.1



LIDER DE PARTENERIAT
GAL POARTA TRANSILVANIEI

PARTENER
UNIVERSITATEA DE ȘTIINȚE AGRICOLE ȘI MEDICINĂ VETERINARĂ CLUJ-NAPOCA

Winny cascaval Rucar 500 g	20.99	500	41.98
Joli Ju cascaval Rucar 45% grasime 300 g	12.19	300	40.63
Joli Ju cascaval Rucar 500 g	19.99	500	39.98
Medie			53.26

21

Mica Jersey

Produs	Pret	Gramaj	Pret/kg
Mica Jersey Cascaval afumat sticks 250 g	23.49	250	93.96
Mica Jersey Cascaval Campeni afumat 350 g	23.89	350	68.26
Mica Jersey Cascaval impletit afumat 300 g	24.79	300	82.63
Mica Jersey Cascaval Rucar 350 g	21.59	350	61.69
Mica Jersey Cascaval Rucar afumat 350 g	23.39	350	66.83
Mica Jersey Cascaval sticks 250 g	17.89	250	71.56

Compania Mica Jersey pactica prețuri între 61.69 și 93.96 lei/kg. Prețul crește odată cu afumarea cașcavalului și prezentarea lui în formă împletită sau sticks cel mai scump sortiment fiind cel de Cașcaval afumat Sticks ambalat la 250 grame, variant cu 50% mai scumpă decât cel mai ieftin produs al companiei.

Muller

Produs	Pret	Gramaj	Pret/kg
Muller Das Kaskaval Maturat 60 zile 44% 250g	22.99	250	91.96
Muller Das Kaskaval Maturat 60 zile 44% 450g	37.69	450	83.76
Muller Das Kaskaval cascaval maturat pentru sandwich 350 g	24.79	350	70.83
Muller Das Kaskaval Proaspat 44% 250g	22.99	250	91.96
Muller Das Kaskaval Proaspat 44% 450g	34.39	450	76.42
Muller Das Kaskaval Semimaturat 30 zile 44% 450g	34.79	450	77.31

Solomonescu

Produs	Pret	Gramaj	Pret/kg
Solomonescu cascaval Rucar 1a kg	59.79	1000	59.79
Solomonescu cascaval Dalia 400 g	23.69	400	59.23
Solomonescu Cascaval pane 150 g	16.19	150	107.93
Solomonescu De Luxe cascaval oaie 400 g	22.99	400	57.48
Solomonescu Cascaval de capra 44% 250 g	16.59	250	66.36
Solomonescu de Lux Rulada de cascaval cu trufe 100 g	15.99	100	159.90
Solomonescu cascava Rucar 400 g	23.69	400	59.23
Solomonescu Cascavalul cu amintiri din vacanta cu mango din Thailanda 200 g	13.49	200	67.45



DEZVOLTAREA DE NOI PRODUSE ÎN TERITORIUL GAL POARTA TRANSILVANIEI



PEI - AGRI, PNDR 2014 - 2020, sM. 16.1

LIDER DE PARTENERIAT
GAL POARTA TRANSILVANIEI

PARTENER
UNIVERSITATEA DE ȘTIINȚE AGRICOLE ȘI MEDICINĂ VETERINARĂ CLUJ-NAPOCA

22

Solomonescu Cascavalul cu amintiri din vacanta cu fistic din Sicilia 200 g	15.19	200	75.95
Solomonescu Cascavalul cu amintiri din vacanta cu chimen din Egipt 200 g	13.19	200	65.95
Solomonescu Cascavalul cu amintiri din vacanta cu piper mozaic din Brazilia 200 g	13.49	200	67.45

<https://revistaprogresiv.ro/articole/gfk-discounterii-au-devenit-principalul-canal-de-achizitii-al-gospodariilor-din-romania>

Rucăr Cora

Produs	Pret	Gramaj	Pret/kg
Big Panda cascaval Rucar 45% grasime 250 g	12.69	250	50.76
Cora cascaval Rucar 400 g	17.89	400	44.73
Covalact Cascaval Rucar 400g	26.49	400	66.23
Five Continents cascaval Rucar 45% grasime 400 g	23.69	400	59.23
Gordon Cascaval Rucar 45% 500g	26.19	500	52.38
Gordon Cascaval Rucar sandwich 45% 200g	12.29	200	61.45
Joli Ju cascaval Rucar 45% grasime 300 g	12.19	300	40.63
Joli Ju cascaval Rucar 500 g	19.99	500	39.98
Mica Jersey Cascaval Rucar 350 g	21.59	350	61.69
Mica Jersey Cascaval Rucar afumat 350 g	23.39	350	66.83
Raraul cascaval Rucar 200 g	13.69	200	68.45
Raraul cascaval Rucar 350 g	22.99	350	65.69
Rustic cascaval Rucar 400 g	26.39	400	65.98
Solomonescu cascava Rucar 400 g	23.69	400	59.23
Solomonescu cascaval Rucar la kg	59.79	1000	59.79
Therezia cascaval Rucar 45% grasime 480 g	25.29	480	52.69
Winny cascaval Rucar 45% 100g	4.19	100	41.90
Winny cascaval Rucar 500 g	20.99	500	41.98

Therezia

Produs	Pret	Gramaj	Pret/kg
Therezia cascaval clasic 450 g	21.69	450	48.20
Therezia cascaval Dalia 42% grasime 380 g	21.49	380	56.55
Therezia cascaval impletit afumat 42% grasime 340 g	24.19	340	71.15
Therezia cascaval Rucar 45% grasime 480 g	25.29	480	52.69



DEZVOLTAREA DE NOI PRODUSE ÎN TERITORIUL GAL POARTA TRANSILVANIEI



PEI - AGRI, PNDR 2014 - 2020, sM. 16.1

LIDER DE PARTENERIAT
GAL POARTA TRANSILVANIEI

PARTENER
UNIVERSITATEA DE ȘTIINȚE AGRICOLE ȘI MEDICINĂ VETERINARĂ CLUJ-NAPOCA

Dalia Cora

Produs	Pret	Gramaj	Pret/kg
Blasova Cascaval Dalia 40% 1 kg	39.39	1000	39.39
Blasova Cascaval Dalia 40% la kg	38.99	1000	38.99
cora cascaval Dalia 40% grasime 400 g	21.06	400	52.65
Covalact cascaval Dalia 45% grasime 400 g	19.79	400	49.48
Covalact cascaval Dalia 45% grasime la kg	57.23	1000	57.23
Covalact de Tara cascaval Dalia 600 g	40.59	600	67.65
Five Continents cascaval Dalia 45% grasime 400 g	25.89	400	64.73
Prodlacta cascaval Dalia 45% grasime 450 g	23.91	450	53.13
Raraul cascaval Dalia 40% grasime 250 g	17.69	250	70.76
Raraul cascaval Dalia calup la kg	54.09	1000	54.09
Romfulda Cascaval Dalia feliat la kg	40.49	1000	40.49
Rustic cascaval Dalia 400 g	19.25	400	48.13
Solomonescu cascaval Dalia 400 g	23.69	400	59.23
Therezia cascaval Dalia 42% grasime 380 g	21.49	380	56.55

Cașcavalul de Săveni se vinde ambalat la 450 grame la 32,49 lei adică

- 72,20 lei/kg le Cora
- 65,56 lei la Carrefour
- 65,56 lei la Auchan
- 69 lei la Mega Image

iar Mirdatod de Ibanesti cascaval produs montan 250 g se vinde la 85,96 lei/kg.

Varietăți de cașcaval cu aditivi

Produs	Pret	Gramaj	Pret/kg
Agricola Cascaval Pane 200 g	16.39	200	81.95
Cris-Tim Bulete cu cascaval 200 g	12.69	200	63.45
Delaco cascaval pane 350 g	22.99	350	65.69
Solomonescu Cascavalul cu amintiri din vacanta cu chimen din Egipt 200 g	13.19	200	65.95
Solomonescu Cascavalul cu amintiri din vacanta cu fistic din Sicilia 200 g	15.19	200	75.95
Solomonescu Cascavalul cu amintiri din vacanta cu mango din Thailanda 200 g	13.49	200	67.45
Solomonescu Cascavalul cu amintiri din vacanta cu piper mozaic din Brazilia 200 g	13.49	200	67.45
Solomonescu de Lux Rulada de cascaval cu trufe 100 g	15.99	100	159.90



DEZVOLTAREA DE NOI PRODUSE ÎN TERITORIUL GAL POARTA TRANSILVANIEI PEI - AGRI, PNDR 2014 - 2020, SM. 16.1



LIDER DE PARTENERIAT
GAL POARTA TRANSILVANIEI

PARTENER
UNIVERSITATEA DE ȘTIINȚE AGRICOLE ȘI MEDICINĂ VETERINARĂ CLUJ-NAPOCA

Ca și alternative la vânzarea cașcavalului în stare proaspătă sau fermentată s-au identificat următoarele forme de comercializare:

- Cașcaval Pane, 2 producători cu prețuri de 65,59 respectiv 81,95 lei/kg
- Bulete cu cașcaval de la Cristim la prețul de 63,45 lei/kg
- Gama de produse de la Solomonescu cu chimen, fistic, mango, piper cu prețuri cuprinse între 65,95 și 75,95 lei/kg
- Rulada de lux de cașcaval și trufe de la Solomonescu la preț de 159,90 lei/kg.

Alte produse care conțin cașcaval sunt:

Produs	Pret	Gramaj	Pret/kg
Bella minipateuri cu sunca si cascaval 480g	19.39	480	40.40
Cora Fundite foietaj cu unt si cascaval la kg	49.9	1000	49.90
Croissant cu cascaval 100 g	3.79	100	37.90
Delaco Appetito Branza topita cu cascaval 150g	7.29	150	48.60
Delaco Appetito branza topita cu cascaval 400 g	19.95	400	49.88
Focaccia cu cascaval si masline 300g	6.99	300	23.30
Frosta Fillet de Lux cascaval si verdeturi 220 g	16.39	220	74.50
Hochland branza topita cu cascaval feliat 140 g	6.89	140	49.21
Hochland Branza topita feliat cu cascaval 280g	12.29	280	43.89
Hochland branza topita feliat cu cascaval 700 g	31.39	700	44.84
Hochland branza topita triunghiuri cu cascaval 140 g	7.09	140	50.64
La Casa Saleuri cu cascaval 150 g	12.09	150	80.60
Mini-pateuri cu cascaval la kg	39.9	1000	39.90
Mogyi Eco Sticksuri cu cascaval 75g	9.19	75	122.53
Monte Banato Cheese CD saratele cu cascaval 110 g	3.49	110	31.73
Pom-Bar Family Cheese snacks cu cascaval 65 g	2.88	65	44.31
Pom-Bar Original snacks cu cascaval 40 g	1.99	40	49.75
Pom-Bar Snack cascaval 50 g	4.29	50	85.80
Pom-Bar Snack cascaval 80 g	6.69	80	83.63
Rustic rulada de cascaval cu sunca la kg	50.91	1000	50.91
Saleuri paille cu cascaval la kg	39.9	1000	39.90

Au mai fost identificate următoarele produse cu gust și aromă de cașcaval CORA:

Produs	Pret	Gramaj	Pret/kg
Cheetos Snacks cascaval 40 g	3.69	40	92.25
Cheetos Snacks cascaval 80 g	6.29	80	78.63
Cheetos Snacks cascaval si ketchup 30 g	3.79	30	126.33
Cheetos Snacks cascaval si ketchup 70 g	7.22	70	103.14



DEZVOLTAREA DE NOI PRODUSE ÎN TERITORIUL GAL POARTA TRANSILVANIEI



PEI - AGRI, PNDR 2014 - 2020, sM. 16.1

LIDER DE PARTENERIAT
GAL POARTA TRANSILVANIEI

PARTENER
UNIVERSITATEA DE ȘTIINȚE AGRICOLE ȘI MEDICINĂ VETERINARĂ CLUJ-NAPOCA

Cheetos Snacks cascaval si sunca 95 g	7.22	95	76.00
Chio chips cu gust de cascaval 100 g	5.79	100	57.90
Chio chips cu gust de cascaval 140 g	8.36	140	59.71
Chio chips intense cascaval si chili 130g	9.59	130	73.77
Chio Extra micro popcorn cu aroma de cascaval 80 g	3.89	80	48.63
Chio Gold Fischli biscuiti cu gust de cascaval 100 g	5.36	100	53.60
Chio popcorn pentru microunde cu aroma de cascaval 80 g	3.15	80	39.38
Chio Snack Snacks cu cascaval 120g	9.49	120	79.08
Chio Stickletti sticksuri cu gust de cascaval 80 g	4.43	80	55.38
Grewe covrigei cu cascaval 150 g	11.89	150	79.27
Gusto Pufuleti cascaval surprize 30 g	1.85	30	61.67
Lays Cheese chipsuri din cartofi cu gust de cascaval 140 g	6.29	140	44.93
Lays Cheese chipsuri din cartofi cu gust de cascaval 215 g	4.79	215	22.28
Lays Chips cascaval 200 g	10.78	200	53.90
Lays Wavy Cheese chipsuri ondulate din cartofi cu gust de cascaval 130 g	8.29	130	63.77
Lotto snacks clasic cu cascaval 35g	1.33	35	38.00
Mogyi crasssh arahide prajite aroma cascaval60g	3.19	60	53.17
Mogyi Porumb floricele micro cascav 100g	2.69	100	26.90
Star pufuleti cu aroma de cascaval 125 g	5.19	125	41.52
Star pufuleti cu aroma de cascaval 90 g	3.71	90	41.22

In ceea ce privește cele mai sumpe produse CORA:

Produs	Pret	Gramaj	Pret/kg
Hochland Delicii Calde cascaval pane 45% grasime 2 x 75 g	15.09	75	201.20
Solomonescu de Lux Rulada de cascaval cu trufe 100 g	15.99	100	159.90
Kerrygold cascaval Cheddar rosu 48% grasime 200 g	25.29	200	126.45
Cheetos Snacks cascaval si ketchup 30 g	3.79	30	126.33
Five Continents cascaval capra feliat 42% grasime 150 g	18.39	150	122.60
Five Continents cascaval Dobrogea feliat 45% grasime 150 g	18.39	150	122.60
Mogyi Eco Sticksuri cu cascaval 75g	9.19	75	122.53
Ile de France Charmidor Stringy Melt and Mild cascaval feliat 150 g	18.37	150	122.47
Ile de France Normantal Nutty and Creamy cascaval feliat 150 g	18.24	150	121.60
Ile de France Brie Mild and Extra Creamy cascaval feliat 150 g	18.12	150	120.80
Solomonescu Cascaval pane 150 g	16.19	150	107.93
Cheetos Snacks cascaval si ketchup 70 g	7.22	70	103.14
Five Continents cascaval Dobrogea 45% grasime 400 g	40.59	400	101.48
Five continents ascaval capra 42% 400g	39.49	400	98.73



DEZVOLTAREA DE NOI PRODUSE ÎN TERITORIUL GAL POARTA TRANSILVANIEI



PEI - AGRI, PNDR 2014 - 2020, sM. 16.1

LIDER DE PARTENERIAT
GAL POARTA TRANSILVANIEI

PARTENER
UNIVERSITATEA DE ȘTIINȚE AGRICOLE ȘI MEDICINĂ VETERINARĂ CLUJ-NAPOCA

Laptaria cu Caimac cascaval 45% grasime 280 g	27.46	280	98.07
Five Continents cascaval Dobrogea 45% grasime la kg	97.59	1000	97.59
Bradet cascaval afumat 600 g	58.29	600	97.15
Mica Jersey Cascaval afumat sticks 250 g	23.49	250	93.96
Cheetos Snacks cascaval 40 g	3.69	40	92.25
Muller Das Kaskaval Maturat 60 zile 44% 250g	22.99	250	91.96
Muller Das Kaskaval Proaspat 44% 250g	22.99	250	91.96
Five Continents cascaval Fetesti 44% grasime 400 g	36.39	400	90.98

Cele mai ieftine produse CORA:

Produs	Pret	Gramaj	Pret/kg
Blasova Cascaval Dalia 40% la kg	38.99	1000	38.99
Blasova Cascaval Dalia 40% 1 kg	39.39	1000	39.39
Joli Ju cascaval Rucar 500 g	19.99	500	39.98
Romfulda Cascaval Dalia feliat la kg	40.49	1000	40.49
Joli Ju cascaval Rucar 45% grasime 300 g	12.19	300	40.63
Winny cascaval Rucar 45% 100g	4.19	100	41.90
Winny cascaval Rucar 500 g	20.99	500	41.98
Mirdatod Cascaval de vaca 38% grasime 450 g	18.99	450	42.20
Lacto Food cascaval din lapte de vaca 500g	21.29	500	42.58
Lacto Food Cascaval feliat la kg	43.49	1000	43.49
Cora cascaval Rucar 400 g	17.89	400	44.73
Dotti cascaval 38% grasime 480 g	21.99	480	45.81
Chitriuc Buric de cascaval 150 g	7.09	150	47.27
Chitriuc Buric de cascaval 150 g	7.09	150	47.27
Chitriuc Buric de cascaval 350 g	16.59	350	47.40
Rustic cascaval Dalia 400 g	19.25	400	48.13
Therezia cascaval clasic 450 g	21.69	450	48.20
Prod lacta Cascaval Penteleu 38% 450 g	21.91	450	48.69
Covalact cascaval Dalia 45% grasime 400 g	19.79	400	49.48
Hochland cascaval clasic la kg	49.59	1000	49.59

Specialități Carrefour

Produs	Pret	Gramaj	Pret/kg
CASCAVAL BIO FELII 120G NAPOL	10.2	120	85.00
CASCAVAL BIO 190G NAPOLACT	14.6	190	76.84
CASCAVAL PRODUS MONTAN 250G	20.9	250	83.60
Cascaval bio 100 g Bio Carpathia	6.49	100	64.90



DEZVOLTAREA DE NOI PRODUSE ÎN TERITORIUL GAL POARTA TRANSILVANIEI



PEI - AGRI, PNDR 2014 - 2020, sM. 16.1

LIDER DE PARTENERIAT
GAL POARTA TRANSILVANIEI

UNIVERSITATEA DE ȘTIINȚE AGRICOLE ȘI MEDICINĂ VETERINARĂ CLUJ-NAPOCA

PARTENER

Cascaval Originalar de Saveni 450g	29.5	450	65.56
Cascaval bio cu leustean 100 g Bio Carpathia	5.35	100	53.50
CASCAVAL BIO FELII 120G NAPOL	10.2	120	85.00
Medie			73.48

Mărci proprii Carrefour:

Produs	Pret	Gramaj	Pret/kg
Cascaval afumat feliat Simpl 150g	7.99	150	53.27
Cascaval din lapte de vaca, Simpl, 150g	7.05	150	47.00
Cascaval afumat calup per 100g (100 gr)	35.9	100	35.90
Cașcaval din lapte de vacă, SIMPL, 500 g	20.9	500	41.80
Cascaval Afumat Felii 240 G	15.9	240	66.25
Cascaval Afumat Felii 140 G	9.4	140	67.14
Cascaval Afumat Bloc 350 G	18	350	51.43
Cascaval Rucar Carrefour Classic 300g	15.5	300	51.67
Cascaval de vaca 400 g Carrefour	18.9	400	47.25
Cascaval 180G Pascal	8.35	180	46.39
CASCAVAL DE VACA NATUR 500G	25.5	500	51.00
Medie			50.82

Pretul mediu pe kilogram a unui produs gen cașcaval la Cora este de circa 62,5 lei. Față de prețul mediu un produs Bio/Specialitate este vandut cu circa 11 lei/ kilogram mai scump, iar un produs marcă proprie a magazinului cu circa 11 lei mai ieftin.

AUCHAN Chitriuc

Produs	Pret	Gramaj	Pret/kg
Cascaval afumat Chitriuc, 250 g	15.3	250	61.20
Cascaval cu verdeata Chitriuc, 250 g	16.4	250	65.60
Cascaval cu piper verde murat Chitriuc, 250 g	16.4	250	65.60
Cascaval Chitriuc, 350 g	20.2	350	57.71
Cascaval cu cimbru Chitriuc, 250 g	16.4	250	65.60
Cascaval cu jagermet Chitriuc, 250 g	16.4	250	65.60
Cascaval cu secarica Chitriuc, 250 g	,	250	

Cele mai scumpe Auchan

Produs	Pret	Gramaj	Pret/kg
Cascaval cu marar Vlasie Company, rulada, +/- 300 g	66.2	300	220.67
Cascaval emmental Paysan Breton, 220 g	23.5	220	106.82
Cascaval Dobrogea Five continents, din lapte romanesc, 250 g	24.9	250	99.60



DEZVOLTAREA DE NOI PRODUSE ÎN TERITORIUL GAL POARTA TRANSILVANIEI



PEI - AGRI, PNDR 2014 - 2020, sM. 16.1

LIDER DE PARTENERIAT
GAL POARTA TRANSILVANIEI

PARTENER
UNIVERSITATEA DE ȘTIINȚE AGRICOLE ȘI MEDICINĂ VETERINARĂ CLUJ-NAPOCA

Cascaval emmentaler Delaco Junior, 100 g	9.45	100	94.50
Cascaval pane Hochland Delicii Calde, 150 g	13.8	150	92.00
Cascaval bio Napolact, 190 g	15.7	190	82.63
Cascaval Dobrogea, 400 g	32.9	400	82.25
Cascaval de oaie si vaca Auchan, 250 g	20	250	80.00
Cascaval rucar Rustic, 100 g	8	100	80.00
Cascaval montan de Ibanesti Mirdatod, 250 g	19.9	250	79.60

Produs	Pret	Gramaj	Pret/kg
Five Continents Cascaval de capra feliat 150g	16.98	150	113.20
Five Continents Cascaval feliat 150g	16.98	150	113.20
Five Continents Cascaval de capra 250g	24.79	250	99.16
Five Continents Cascaval Dobrogea 400g	38.99	400	97.48
Hochland, Delicii calde Cascaval pane 150g	14.39	150	95.93
Delaco, DeSenvis Cascaval felii 100g	8.33	100	83.25
Delaco Cascaval afumat 450g	36.41	450	80.90

2. Brânză

2.1 Brânza de capră

2.1.1. Supermarket Carrefour

Din totalul de 310 produse care conțin sintagma “brânză” la Carrefour au fost identificate 11 sortimente pe bază de brânză de capră, vândute în cantități între 100 și 350 grame. În ceea ce privește prețul pe kilogram, cel mai scump sortiment este brânza maturată Artesana, la un preț de 199,5 lei/kg conținută în ambalaje de 200 grame, urmată de platoul party cu brânză de capră de la LaColline la un preț de 179,33 lei/kg, referitor la gramajul de 150 grame.

Brânza fermentată se vinde la un gramaj de 300 g la prețuri de cca 105 lei/kg.

Cele mai ieftine sortimente sunt de tip ‘Cremă de brânză’ cu prețuri cuprinse între 65,5 lei/kg și 97,5 lei/kg și brânza Feta în amestec cu lapte de oaie la 92,86 lei/kg. S-au identificat și două specialități de brânză din străinătate la prețuri de circa 120 lei/kg.

Brânzeturile se vând sub următoarele forme: maturată, fermentată, proaspătă (cremă), cu vin iar ca modalitate de comercializare amintim Ruloul și Platoul de brânză.

Sortiment Carrefour	Preț	Gramaj	Preț/kg
Branza maturata de capra 200 g Artesana	39,9	200	159,6
Branza feta din lapte de capra si oaie 350 g Olympus	32,5	350	130
Branza fermentata capra Horezu Five Continents 300g	31,9	300	127,6
Branza fermentata, de capra Drag de Romania 300g	31,5	300	126
Branza fermentata capra cu vin Five Continents 300g	30,5	300	122
Platou party cu branza de capra LaColline 150g	26,9	150	107,6



DEZVOLTAREA DE NOI PRODUSE ÎN TERITORIUL GAL POARTA TRANSILVANIEI



PEI - AGRI, PNDR 2014 - 2020, SM. 16.1

LIDER DE PARTENERIAT
GAL POARTA TRANSILVANIEI

PARTENER
UNIVERSITATEA DE ȘTIINȚE AGRICOLE ȘI MEDICINĂ VETERINARĂ CLUJ-NAPOCA

Branza crema de capra 200 g Artesana	19,5	200	78
Branza De Capra Felii Bio 48% Grasime 100G Andechser	18,5	100	74
Branza de capra Chavroux, Ile de France 150g	18,5	150	74
Specialitate Branza de Capra 160 g Mauri	16,5	160	66
Branza de capra Rulou ClasicLaColline 100g	15,5	100	62
Branza de capra tartinabila Cabridoux 125g	14,5	125	58
Crema de branza cu lapte de capra 100 g President	6,55	100	26,2

2.1.2 Supermarket Cora

Din totalul de 640 produse care conțin sintagma “brânză” la supermarketul Cora au fost identificate 32 sortimente pe bază de brânză de capră, vândute în cantități între 100 și 400 grame. În ceea ce privește prețul pe kilogram, cel mai scump sortiment este Platoul Branza de capra trufe La Colline, la un preț de 175,27 lei/kg conținută în ambalaje de 150 grame, urmată de Andechser Bio Branza de capra ecologica felii 48% grasime la un gramaj de 125 g.

Brânza fermentată se vinde la un gramaj de 300 g la prețuri de cca 105 lei/kg.

Cele mai ieftine sortimente sunt de tip ‘Cremă de brânză’ de la Gustolact cu prețuri de cca 47 lei/kg și brânza Feta în amestec cu lapte de oaie la 87 lei/kg. S-au identificat și mai multe specialități de brânză din străinătate la prețuri intermediare 120-134 lei/kg.

Există un sortiment de brânză de telemea la 91,98 lei/kg.

Brânzeturile se vând sub următoarele forme: maturată, fermentată, proaspătă (cremă), tartinabilă, ecologică cu verdeață și mărar, iar ca modalitate de comercializare amintim Ruloul și Platoul de brânză.

Produs	Gramaj	lei	Lei/kg
La Colline Platou Branza de capra trufe 150g	150	26,29	175,27
Andechser Bio Branza de capra ecologica felii 48% grasime 125 g	125	21,39	171,12
La Colline Branza De Capra Platou Party 150g	150	25,01	166,73
La Colline Branza De Capra Rulou Clasic 100g	100	16,49	164,9
Five Continents Tierra de Horezu branza fermentata oaie si capra 300 g	300	43,39	144,63
La Colline Branza De Capra Rulou Provence 100g	100	14,20	142
Ile de France Chavroux crema branza de capra 150 g	150	20,09	133,93
Patrimoine Gourmand Branza de capra Crottin de Chavignol 2 x 60g	120	15,18	126,5
Ile de France branza de capra 110g	110	13,79	125,36
Soignon Bio branza de capra ecologica 180 g	180	21,69	120,5
La Colline Branza tartinabila de capra 180 g	180	21,49	119,39
Epiros Branza Feta din lapte de oaie si capra 43 % grasime PDO 180 g	180	20,79	115,5
Artesana Branza maturata de capra la kg	1000	109,79	109,79



DEZVOLTAREA DE NOI PRODUSE ÎN TERITORIUL GAL POARTA TRANSILVANIEI



PEI - AGRI, PNDR 2014 - 2020, sM. 16.1

LIDER DE PARTENERIAT
GAL POARTA TRANSILVANIEI

PARTENER
UNIVERSITATEA DE ȘTIINȚE AGRICOLE ȘI MEDICINĂ VETERINARĂ CLUJ-NAPOCA

Mica Bee Crema cu branza de capra si verdeata 200 g	200	19,69	98,45
Mauri specialitate branza proaspata de capra 160 g	160	15,45	96,56
Mica Bee Crema cu branza de capra 200 g	200	19,29	96,45
LaColline Branza de capra tartinabila 250g	250	23,72	94,88
Rustic Branza telemea de capra 40% 400g	400	36,79	91,98
Rupi Branza de Capra Natur 150g	150	13,76	91,73
Hochland branza Feta lapte oaie si capra 150 g	150	13,39	89,27
LaColline Branza de capra crema cu marar 250g	250	21,43	85,72
Artesana Crema de branza capra 200 g	200	15,99	79,95
LaColline Branza de capra proaspata 250g	250	19,90	79,6
cora branza de capra pane 6 x 25 g	25	12,63	70
Gustolact branza maturata de capra 200 g	200	13,49	67,45
cora branza de capra Sainte-Maure 200g	200	12,99	64,95
President Rondele crema de branza mixta de capra 100 g	100	5,79	57,9
Gustolact crema de branza de capra 19% grasime 200 g	200	9,49	47,45
Gustolact crema de branza de capra 19% grasime 350 g	350	16,39	46,83
cora branza de capra 150 g	150	5,99	39,93
cora tarta legume si branza de capra 400 g	400	14,99	37,48
Sandwich Break Branza de capra 175 g	175	10,19	10,19

2.1.3 Supermarket Auchan

La Auchan s-au identificat 12 specialitati bazate pe branza de capra cu gramaje între 100g (Rulou La Colline) cu prețuri de circa 205-209 lei/kg. Cel mai ieftin sortiment e telemeaua cu prețuri între 32,86 și 57,14 lei/kg.

Produs	Pret	Gramaj	Pret/kg
Branza de capra rulou La Colline, 100 g	20,90	100	209,00
Branza de capra rulou La Colline Clasic, 100 g	20,50	100	205,00
Branza de capra Ile de France, 110 g	18,50	110	168,18
Branza crema de capra Artesana, 200 g	29,80	200	149,00
Branza crema de capra cu usturoi si patrunjel Artesana, 200 g	26,90	200	134,50
Branza de capra La Colline, cu trufe, 150 g	15,50	150	103,33
Branza de capra Ile de France, proaspata, 150 g	15,50	150	103,33
Telemea de capra Hochland, 200 g	19,89	200	99,45
Branza de capra La Colline, mix party, 150 g	12,50	150	83,33
Branza De Capra Felii Bio 48% Grasime 100G Andechser	18,5	100	74
Telemea de capra Olympus, 350 g	20,00	350	57,14
Telemea de capra President, 350 g	19,20	350	54,86
Foietaj Auchan cu spanac si branza de capra, 400 g	14,30	400	35,75
Telemea de capra Covalact, 350 g	11,50	350	32,86



2.2. Lapte de oaie

Sortimentele din lapte de oaie aflate în vânzare la Carrefour sunt în număr de 2 : Brânza fermentată și maturată Tierra Horezu de la Five continents la 170 lei kilogramul și brânza feta în amestec de capră și oaie de la Olympus la 130 lei/kg.

Sortiment alimentare pe bază de lapte de oaie la **Carrefour**

Produs	Pret	Gramaj	Pret/kg
Branza fermentata de oaie Five Continents 300g	42,5	300	170
Branza feta din lapte de capra si oaie 350 g Olympus	32,5	350	130

Brânza Tierra Horezu fermentată și maturată, la gramaj de 300 g este cel mai scump sortiment aflat în vânzare la Cora la un preț de 156 lei/kg în timp ce brânza fermentată de la același producător se află pe piață la prețul de 110 lei/kg.

Brânza Feta de la Epiros în amestec cu lapte de capră o găsim la 115,5 lei/kg în timp ce cea de la Hochland e la 89,27 lei. Telemeaua de la Delaco este la un preț de 49, 6 lei/kg la ambalajul de 300 g.

Prețurile la Crema de brânză variază foarte mult în funcție de producător între 40,95 lei/kg și 129,95 lei/kg.

La Mica Bee diferența între sortimentele de cremă brânză de oaie și cel cu verdeată este de 8,5 lei/kg adică 121,45 și respectiv 129,95 lei/kg în favoarea celei cu verdeată.

Sortiment alimentare pe bază de lapte de oaie la **Cora**

Produs	Pret	Gramaj	Lei/kg
Five Continents Tierra Horezu branza fermentata maturata din lapte de oaie 300 g	46,79	300	155,97
Five Continents Tierra de Horezu branza fermentata oaie si capra 300 g	43,39	300	144,63
Mica Bee Crema cu branza de oaie si verdeata 200 g	25,99	200	129,95
Mica Bee Crema cu branza de oaie 200 g	24,29	200	121,45
Epiros Branza Feta din lapte de oaie si capra 43% grasime PDO 180 g	20,79	180	115,5
Five Continents Horezu branza fermentata de oaie 400 g	43,97	400	109,92
Hochland branza Feta lapte oaie si capra 150 g	13,39	150	89,27
cora branza de oaie cremoasa 150 g	10,35	150	69
Delaco Branza telemea de oaie 47% 300g	14,88	300	49,6
President branza cremoasa de oaie 200 g	8,19	200	40,95

La **Auchan** cel mai scump sortiment era Brânza de oaie maturată Tierra de Horezu Five Continents la 141,67 lei kilogramul. Brânza de burduf se vinde în amestec din lapte de vacă și oaie la 68,33 lei de la un singur producător. Telemeaua de oaie există în trei tipuri de produse cu prețuri între 57,43 și 68,5 lei / kg. La Olympus prețul pe kilogram este cu 20% mai scump dacă cantitatea vândută e de 200g față de cazul în care avem 350 grame pachetul.



Sortiment alimentare pe bază de lapte de oaie la Auchan

32

Produs	Pret	Gramaj	Lei/kg
Branza de oaie maturata Tierra de Horezu, 300 g	42,50	300	141,67
Telemea de oaie Olympus, 200 g	13,70	200	68,50
Branza de burduf De la Ferma, de vaca si oaie, 300 g	20,50	300	68,33
Telemea de oaie President, 350 g	21,30	350	60,86
Telemea de oaie Olympus, 350 g	20,10	350	57,43

2.3. Lapte de bivoliță

Există puține sortimente de lapte de bivoliță pe piață identificate în special la magazinul Cora. Astfel din cele 4 sortimente identificate la magazinul respectiv, 3 sunt de tip Mozzarella comercializate sub mărcile unor producători și au prețuri între 111,9 și 139,92 lei/kg fiind comercializate în pachete cu greutatea redusă de 100-125 grame. Brânza Mozzarella comercializată la magazinul Auchan are un gramaj superior (350 grame) și un preț mult inferior celor din magazinul Cora (42,29 lei/kg). S-a mai identificat un sortiment de brânză telemea comercializat la 400 grame la un preț de cca 93 lei/kg.

La Carrefour mai există un produs care are în componență brânza Mozzarella (Sos picant de rosii cu ardei rosu si branza mozzarella Sacla 190g)

Sortiment alimentare pe bază de lapte de bivoliță la Carrefour

Produs	Pret	Gramaj	Lei/kg
Sos picant de rosii cu ardei rosu si branza mozzarella Sacla 190g	17,5	190	70

Sortiment alimentare pe bază de lapte de bivoliță la Cora

Produs	Pret	Gramaj	Lei/kg
Colectar branza Mozzarella mini de bivolita 125 g	17,49	125	139,92
Zanetti branza Mozzarella bivolita 125 g	16,19	125	129,52
Colectar branza Mozzarella de bivolita 100 g	11,19	100	111,9
Rustic Branza telemea de bivolita 48% 400g	37,19	400	92,98

Sortiment alimentare pe bază de lapte de bivoliță la Auchan

Produs	Pret	Gramaj	Lei/kg
Branza Mozzarella Auchan, 350 g	14,80	350	42,29

3. Brânză de vaci

Brânză cremoasă

Există 5 tipuri de brânză cremoasă la Carrefour cu gramaje între 150 și 500 grame cu prețuri variind între 109,5 lei/kg la Artesana și 42,3 lei/kg de la President. Produsele President se poziționează la prețuri sub nivelul celorlalte produse de la Artesana, Bavaria Blu și Hochland.



DEZVOLTAREA DE NOI PRODUSE ÎN TERITORIUL GAL POARTA TRANSILVANIEI



PEI - AGRI, PNDR 2014 - 2020, sM. 16.1

LIDER DE PARTENERIAT
GAL POARTA TRANSILVANIEI

PARTENER
UNIVERSITATEA DE ȘTIINȚE AGRICOLE ȘI MEDICINĂ VETERINARĂ CLUJ-NAPOCA

33

Sortiment	Pret	Gramaj	Lei/kg
Branza cremoasa de vaca 200 g Artesana	21,9	200	109,50
Branza cremoasa Bavaria Blu Bergader 150g	15,9	150	106,00
Hochland Atelier Branza Praid cremoasa 200g	19,5	200	97,50
Branza cremoasa President 250 g	11,99	250	47,96
Branza cremoasa President 500 g	21,15	500	42,30

Crema de brânză

Crema de brânză se comercializează în 14 sortimente la gramaje între 150 și 250 de grame și prețuri între 41.45 și 74,8 lei/kg. Brânza Philadelphia se comercializează la 125 grame și prețul de 74,8 lei și un produs cu sare de mare la 65, 5 lei/kg. Ca varietăți determinate de aditivi avem : brânză cu smântână, verdeață, arpagic, usturoi, iaurt, roșii și busuioc, hrean, castraveți, ceapă verde, somon și șuncă dar și «clasică» sau simplă fără aditivi menționați. Produsul Bio de la LaDorna are un plus de circa 15% față de produsul asemănător de la aceeași firmă. Procesul de extragere a lactozei duce la creșterea prețului cu aproape 100%, la fel și transformarea brânzei în desert. Crema de brânză bio, 65% grasime, 175 g, de la Andechser Natur are un preț mediu între celelalte tipuri de brânză.

Sortiment	Pret	Gramaj	Lei/kg
Desert crema de branza dulce cu glazura de cacao si lapte Dots Natur 150	20.6	150	137.33
Crema de branza grasa, proaspata, fara lactoza 150 g Philadelphia	19.5	150	130.00
Crema de branza dulce cu glazura de cacao neagra 51 g Dots	5.69	51	111.57
Crema de branza cuburi cu smantana Toni Junior 100g Delaco	8.79	100	87.90
Crema de branza proaspata light Philadelphia 125 g	9.35	125	74.80
Crema de branza natur Philadelphia 125 g	9.35	125	74.80
Crema de branza proaspata, cu verdeata, tartinabila 125 g Philadelphia	9.09	125	72.72
PHILAD.CREMA BRANZA PROT.175G	12.5	175	71.43
Crema de branza cu arpagic 125 g Philadelphia	8.89	125	71.12
Crema de branza cu sare de mare 100 g President	6.55	100	65.50
Crema de branza cu usturoi President 100g	6.55	100	65.50
Crema de branza natur Philadelphia 200 g	12.5	200	62.50
Crema de branza bio, 65% grasime, 175 g Andechser Natur	10.5	175	60.00
CREMA DE BRANZA SIMPLA PHILADELPHIA 300G	17.5	300	58.33
Crema branza pufoasa cu somon Delaco 140g	7.69	140	54.93
Crema de branza fara lactoza 140 g Delaco	7.69	140	54.93
Crema de branza Almette Savuros Ceapa si Patrunjel 125g	6.55	125	52.40
Crema de branza bio 200 g LaDorna	9.99	200	49.95
Crema branza ciuperci Delaco 140g	6.79	140	48.50
Crema de branza proaspata cu smantana Almette 250g	11.5	250	46.00



DEZVOLTAREA DE NOI PRODUSE ÎN TERITORIUL GAL POARTA TRANSILVANIEI



PEI - AGRI, PNDR 2014 - 2020, sM. 16.1

LIDER DE PARTENERIAT
GAL POARTA TRANSILVANIEI

PARTENER
UNIVERSITATEA DE ȘTIINȚE AGRICOLE ȘI MEDICINĂ VETERINARĂ CLUJ-NAPOCA

34

Crema de branza proaspata cu verdeata Almette 250g	11.5	250	46.00
Crema de branza proaspata cu smantana Almette 150g	6.89	150	45.93
Crema de branza proaspata cu Verdeata, Almette 150g	6.89	150	45.93
Crema de branza proaspata cu iaurt Almette 150g	6.89	150	45.93
Crema de branza proaspata cu rosii si busuioc Almette 150g	6.89	150	45.93
Crema de branza proaspata cu hrean Almette 150g	6.89	150	45.93
Crema de branza pufoasa cu ceapa verde Almette 150g	6.89	150	45.93
Crema de branza cu smantana Ceva Fin 150 g Delaco	6.79	150	45.27
Crema de branza cu smantana Delaco 140 g	6.29	140	44.93
Crema de branza cu verdeata Delaco 140 g	6.29	140	44.93
Crema de branza proaspata 200 g LaDorna	8.65	200	43.25
Crema de branza proaspata clasic Hochland Crème 200g	8.29	200	41.45
Crema de branza proaspata cu verdeata Hochland Crème 200g	8.29	200	41.45
Crema de branza proaspata cu castraveti 200g Hochland Crème	8.29	200	41.45
Crema de branza proaspata cu sunca 200g Hochland Crème	8.29	200	41.45
Almette Cottage cheese cu crema de branza Rasfat 165 g	6.75	165	40.91
Koulouri Cu Crema Branza 180G	5.99	180	33.28

Brânza proaspătă

Brânza proaspătă se vinde în gramaje foarte diferite între 100 și 800 grame, la prețuri între 27 lei și 48,5 lei fără a exista vreo diferențiere de preț în funcție de conținutul de grăsime (grasă sau dietetică). Sortimentul fără lactoză are un preț semnificativ crescut față de celelalte tipuri de brânză cu un procent cuprins între 80% și 224 %. Transformarea brânzei proaspate într-un desert cu glazură de cacao crește prețul produsului cu 250-400% la 111.57 lei.

Sortiment	Pret	Gramaj	Pret/kg
Desert cu branza proaspata de vaca & glazura de cacao cu lapte Urias Dots 51g	5.69	51	111.57
Branza proaspata fara lactoza, tartinabila 200 g Minus L	17.5	200	87.50
Branza grasa proaspata Campina 450 g	21.9	450	48.67
Branza proaspata de vaca 0.5% grasime 850 g Monor	34.5	850	40.59
Branza proaspata vaci Drag de Romania 185 g	6.49	185	35.08
Perle de branza proaspata 200 g Exquisa	6.05	200	30.25
Branza slaba proaspata de vaca Covalact de Tara 200 g	5.99	200	29.95
Granule de branza proaspata cu smantana 4% grasime 175 g ProdLacta	4.99	175	28.51
Branza grasa, proaspata de vaca 27%grasime Drag de Romania 500g	13.9	500	27.80
Branza proaspata de vaci, grasa 500 g ProdLacta	13.5	500	27.00
Branza proaspata dietetica 0,5% grasime Covalact per 100g	2.7	100	27.00



DEZVOLTAREA DE NOI PRODUSE ÎN TERITORIUL GAL POARTA TRANSILVANIEI



PEI - AGRI, PNDR 2014 - 2020, sM. 16.1

LIDER DE PARTENERIAT
GAL POARTA TRANSILVANIEI

PARTENER
UNIVERSITATEA DE ȘTIINȚE AGRICOLE ȘI MEDICINĂ VETERINARĂ CLUJ-NAPOCA

(100 gr)			
Branza proaspata de vaca Solomonescu per 100g (100 gr)	2.69	100	26.90

35

Brânză Făgăraș

Brânza Făgăraș comercializată în gramaje între 185 - 370 grame la prețuri între 25.45 și 33.46 lei se poziționează în segmentul produselor cu prețuri reduse pe kg cu 8 sortimente din care o marcă de magazin (Drag de România).

Sortiment	Pret	Gramaj	Pret/kg
Branza Fagaras 8% grasime Covalact de Tara 185g	5.55	185	30.00
BRANZA FAGARAS 2X185G CVL	9.99	370	27.00
Branza Fagaras Usoara 3% grasime Covalact de Tara 185g	5.55	185	30.00
Branza Fagaras Bio 7%grasime Covalact 185g	6.19	185	33.46
Branza Fagaras Drag de Romania 185 g	5.49	185	29.68
Branza de vaci cu smantana Fagaras Raraul 185g	5.19	185	28.05
Branza de vaci cu smantana Fagaras 3% grasime 185 g Raraul	5.19	185	28.05
Branza Fagaras 200 g Prodlacta	5.09	200	25.45

Brânză maturată

Există doar 3 sortimente de brânză maturată de la trei producători diferiți, cu gramaje între 200 și 320 de grame și prețuri ridicate față de alte sortimente cuprinse între 99.90 și 118.44 lei. Pe lista de vânzare a magazinului Carrefour mai există două brânzeturi maturate, una cu ierburi italienești, alta cu piper negru fără ca acestea să se mai afle în ofertă curentă.

Sortiment	Pret	Gramaj	Pret/kg
Président Brânză Cheddar Felii, Brânză Maturată Cu Pastă Semitare, 100G.	9.99	100	99.90
Branza maturata Cheddar 200 g Kerrygold	21.9	200	109.50
Branza maturata Pestera Originar 320g	37.9	320	118.44
Branza maturata Trascau Originar de Coltesti 320g	37.9	320	118.44
BRANZA MATURATA IERBURI ITALIENESTI	84.9		
BRANZA MATURATA CU PIPER NEGRU	79.9		

Brânza burduf

Brânza burduf este prezentă în 5 sortimente între 300 și 350 grame cu valori între 53 și 75,71 lei/kg. Mai există un sortiment de brânză burduf simplă la 32,63 lei/kg fără brand la un preț mult mai mic ca și prețul pieței.

Sortiment	Pret	Gramaj	Pret/kg
Branza de burduf gust bland Ferma cu omenie 350g	26.5	350	75.71
BRANZA BURDUF 300G DE LA FERMA	20.5	300	68.33
Branza de burduf 300 g Covalact de Tara	16.9	300	56.33



Branza de burduf 300 g Nucet	16.5	300	55.00
Branza de burduf tip II 300 g Raraul	15.9	300	53.00
BRANZA BURDUF 300GR SIMPL	9.79	300	32.63

IV. Cercetări proprii privind sortimentul de produse existent pe piață

Obiectivele prezentului studiu sunt de a evalua preferințele și comportamentul consumatorilor de produse lactate în România, în scopul de a lansa un nou produs lactat de tip brânză și determinarea caracteristicilor generale pe care acest tip de produs ar trebui să le prezinte în așa fel încât să corespundă așteptărilor consumatorilor. Cercetarea s-a axat pe un număr reprezentativ de consumatori de toate vârstele din mediul urban.

Obiectivele au fost evaluarea:

- O1. frecvența de consum
- O2. Tipul de lactat consumat vs preferințe
- O3. Locul de achiziție
- O4. Preferințele privind consistența, conținutul de grăsime și adaosurile
- O5. Criteriile de importanță în evaluarea brânzeturilor
- O6. Cantitatea achiziționată
- O7. Prețul plătit în funcție de schemele de calitate

Pentru a răspunde acestor obiective, am aplicat un chestionar pe un eșantion de volum 172 de subiecți, care generează o margine a erorii proporțională cu 5%. Pentru o bună reprezentativitate, am folosit eșantionarea proporțională și am ales prin selecție simplă aleatoare elementele necesare pentru a genera eșantionul. Datele colectate din eșantion au fost validate și analizate folosind tehnici ale statisticii descriptive (organizarea și prezentarea datelor, calcul de statistici - valoare medie, abatere standard, coeficient de variație, valoare modală, proporție) și ale statisticii inferențiale (estimări prin interval, teste de semnificație, test chi-pătrat, test ANOVA).

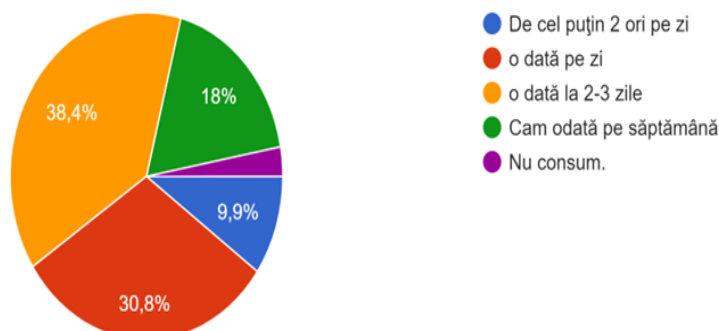
Obiectivul 1: Frecvența de consum

Marea majoritate a populației consumă frecvent brânzeturi (Figura 1), cel puțin o dată la 2-3 zile (aproape 80%), în timp ce 18% consumă cam odată pe săptămână. Circa 3% dintre consumatori nu consumă deloc brânzeturi.

Cauzele nonconsumului pentru cei care declara că nu consumă deloc brânzeturi, este faptul că nu le plac, dar consumă totuși alte lactate.

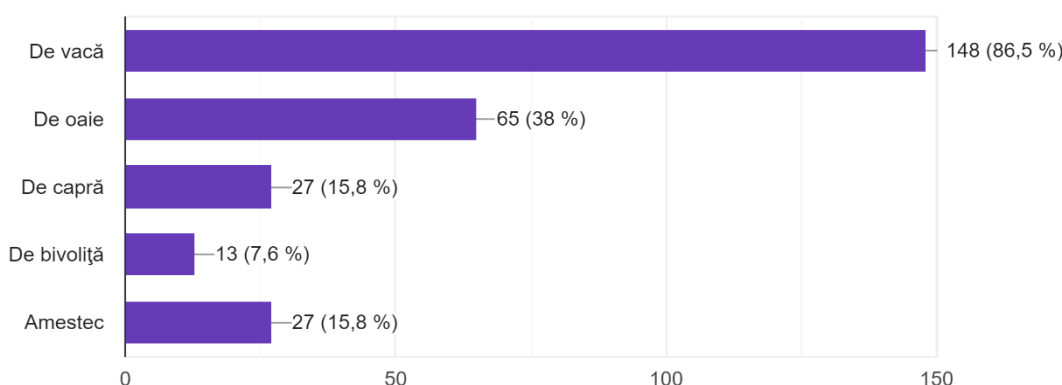
Cele mai invocate cauze ale consumului autolimitat de brânzeturi sunt: preferința față de alte lactate - răspuns majoritar, intoleranța la lactoză, alergiile, sau pur și simplu pentru că preferă un regim de viață mai vegetarian (1%). Cel mai adesea răspunsurile sunt oferite de către persoanele care consumă brânzeturi o dată pe săptămână.

Figura 1: Frecvența consumului mediu de brânzeturi din lapte



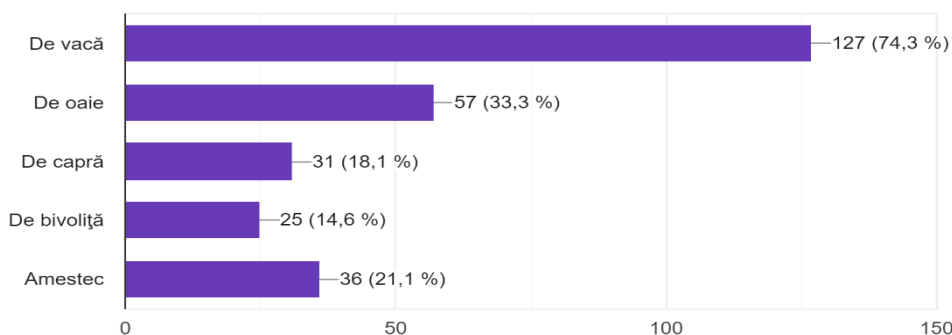
În ceea ce privește specia cea mai frecventă de proveniență a lactatelor este vaca (86,5%) dintre răspunsuri, oaia 38% și capra 16% în timp ce bivolița este menționată explicit de doar circa 7,6% dintre consumatori. Totuși circa 15,8% dintre consumatori consumă din toate tipurile de lapte

Figura 2: Specia de proveniență a lactatelor consumate de obicei de către consumatori



Preferințele consumatorilor față de laptele de consum nu coincid totuși (Figura 3) cu cel consumat diferențele fiind reflectate în Tabelul 1

Figura 3. Specia preferată de proveniență a lactatelor



După cum se constată din analiza cifrelor prezentate în tabelul 1, există diferențe semnificative între consumul și preferințele cu privire la consumul de lactate. Astfel cresc procentele legate de preferințele

legate de consumul de lapte de capră și bivoliță în detrimentul lactatelor de oaie și vacă cu toate că lactatele de vacă rămân în topul preferințelor, iar ordinea preferințelor rămâne neschimbată.

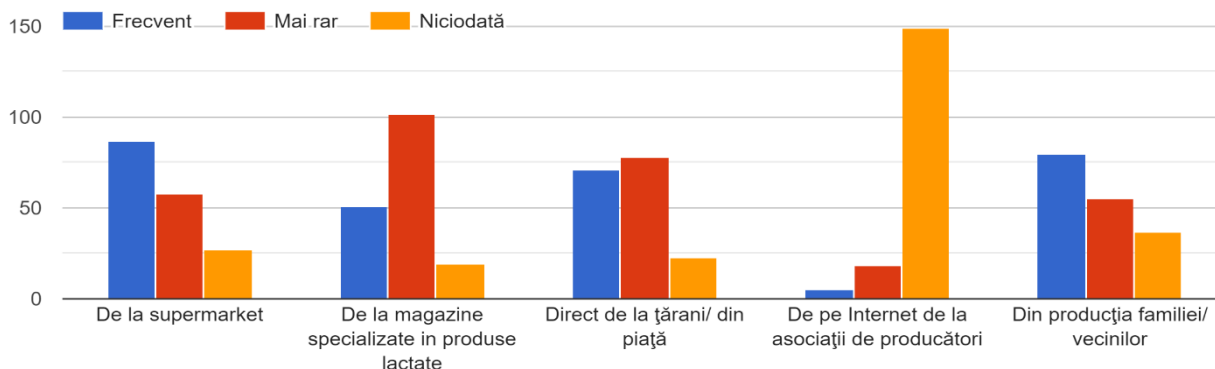
38

Tabel 1: Tipul de lapte consumat/ preferat de consumatori în analiză comparativă

Tip lapte	Consumat (%)	Preferat (%)
Vaca	86	73,8
Oaie	37,2	33,1
Capră	15,7	18
Bivoliță	7,6	14,5
Amestec (orice tip)	15,8	20,9

Motivele invocate pentru această diferență între consum și preferințe sunt în proporții aproximativ egale varietatea redusă a produsului preferat, indisponibilitatea acestuia sau prețul mai mare a brânzeturilor de capră/bivoliță

Figura 4. Locurile de achiziție a brânzeturilor

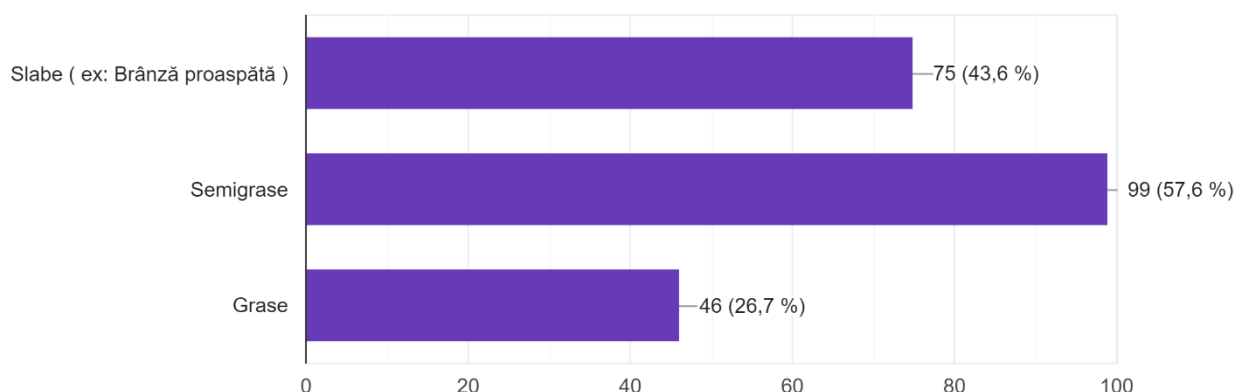


Tabel 2: Locuri de achiziție a lactatelor

	Frecvent	Mai rar	Niciodată
De la supermarket	50,6	33,7	15,7
De la magazine specializate	29,7	59,3	11
Din piețe agroalimentare	41,4	45,3	13,3
De pe Internet de la asociații	2,9	10,5	86,6
Din producția familiei/vecinilor	46,5	32	21,5

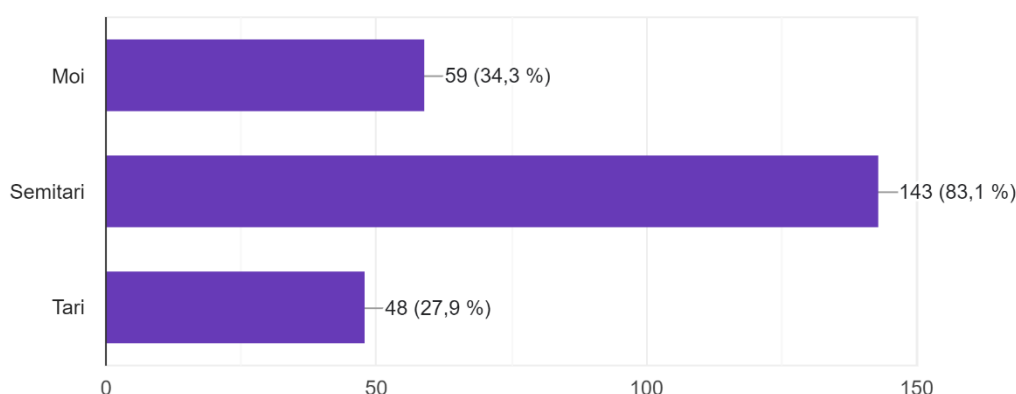
Cel mai frecvent se achiziționează laptele de la supermarket, din piețele agroalimentare și din producția familiei sau a prietenilor, mai puțin de la magazine specializate și aproape deloc de pe Internet.

Figura 5: Preferințele consumatorilor versus brânzeturi în funcție de conținutul de grăsime



În urma cercetării reiese că brânzeturile semigrase sunt preferate în proporție de 57,6% de către respondenți față de brânzeturile semigrase și grase.

Figura 6: Preferințele consumatorilor pentru brânzeturile de diferite consistențe



Considerând atât conținutul de grăsimi dar și consistența brânzeturilor combinațiile preferate au fost:

1 Brânzeturi semigrase și semitari 23,4% din respondenți

2. Brânzeturile slabe, semitari 15,2% din răspunsuri

3. Brânzeturi grase, semitari cu 8,2% din răspunsuri.

Celelate combinații prezintă procente mai mici de 4,7% din totalul respondenților

Tabel 3: Preferințele consumatorilor conținutul de grăsime și consistența brânzeturilor

		Preferința din punct de vedere al consistenței brânzeturilor						
% Total		Moi	Semi-tari	Tari	Moi și semitari	Semitari și tari	Le prefer pe toate	Total
Din punctul de vedere al conținutului de grăsime preferați brânzeturile	Slabe	4.7%	15.2%	1.8%	4.1%	0.6%	1.8%	28.1%
	Semigrase	2.3%	23.4%	3.5%	2.3%	2.3%	1.2%	35.1%
	Grase	1.2%	8.2%	1.2%		1.8%	1.2%	13.5%
	Slabe sau semigrase	0.6%	2.9%		2.3%	1.8%	2.9%	10.5%
	Semigrase sau grase		0.6%	0.6%	2.3%	2.3%	1.8%	7.6%
	Le prefer pe toate	0.6%			1.8%		2.9%	5.3%
Total		9.4%	50.3%	7.0%	12.9%	8.8%	11.7%	100.0%

Factorii de importanță în alegerea brânzeturilor achiziționate

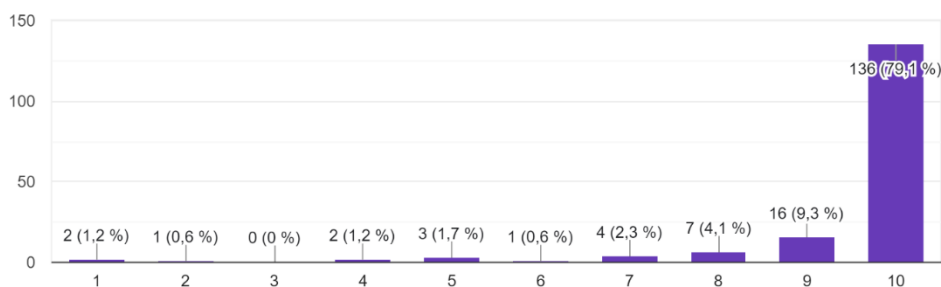
S-a urmărit realizarea unei ierarhii în ceea ce privește factorii de influență la achiziția brânzeturilor utilizându-se o scară valorică cu note de la 1 la 10 în care la notarea cu 1 criteriul este considerat deloc important iar cu 10 foarte important. Astfel s-au obținut următoarele rezultate:

În ceea ce privește Gustul, acesta se clasifică pe primul loc în ordinea criteriilor, 82,6% dintre respondenți menționându-l ca fiind de importanță maximă, iar 94% dintre respondenți acordându-i calificative peste 8. Sub 5% dintre respondenți au minimizat importanța gustului acordându-l calificativul 5 sau mai redus.

Figura 7: Importanța gustului în alegerea tipului de brânzeturi consumat

Prospețime (după data expirării produsului)

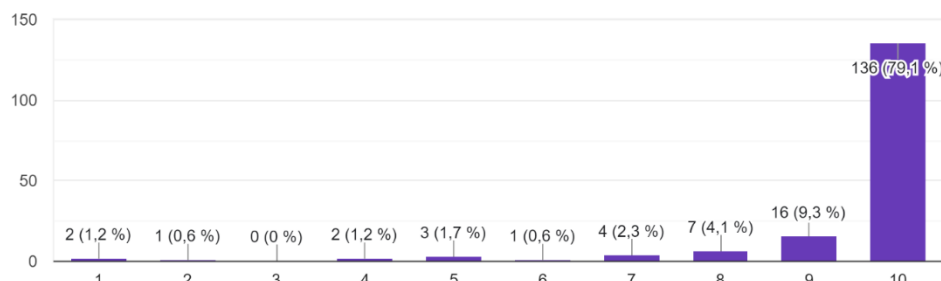
172 de răspunsuri



Prospețimea este al doilea criteriu ca importanță (Figura 8) circa 79% dintre respondenți acordându-i importanță maximă iar 95% calificativ peste 7

Figura 8: Importanța prosepțimii în alegerea tipului de brânzeturi consumat

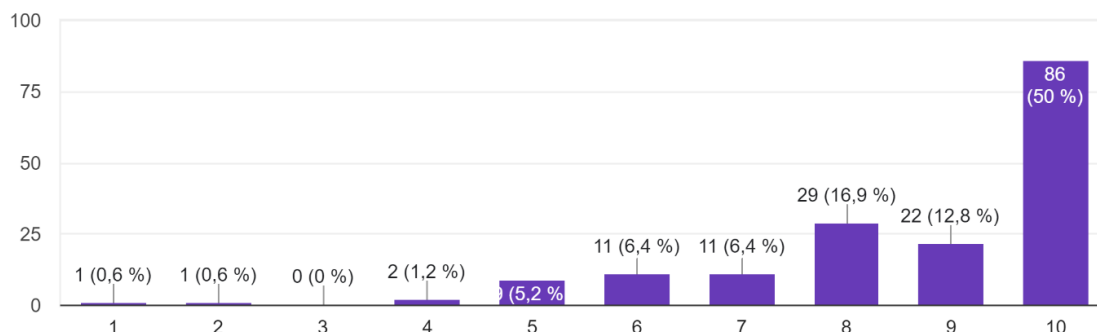
Prosepțime (după data expirării produsului)
172 de răspunsuri



Al treilea element în ordinea importanței a fost consistența (textura) menționată cu calificativ maxim de 50% dintre repondenți, iar 80% i-au acordat nota peste 8. Doar 2,4% din repondenți au minimalizat importanța acestuia acordându-i calificativ sub 5.

Figura 9 Importanța texturii în alegerea tipului de brânzeturi consumate

Consistența (Textura)
172 de răspunsuri



Într-o analiză comparativă, în funcție de textura analizată, (Tabel 4) cei care declară că preferă brânzeturile semitari acordă importanță maximă (calificativul 10) acestui aspect într-o proporție mai mare (58%) față de cei care preferă brânzeturile moi sau tari și care consideră într-o proporție mai mică (50%) respectiv 41,7% acest aspect ca fiind foarte important. Oarecum paradoxal, în același timp dispersia răspunsurilor este mai mare pentru preferințele legate de brânzeturile semitari decât față de celelalte tipuri de brânzeturi.

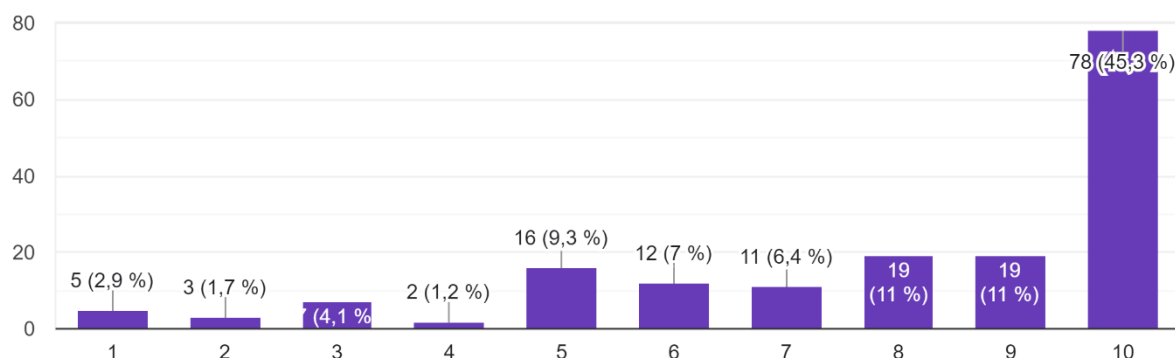
Tabel 4. Importanța texturii din punct de vedere al preferințelor

	Consistența (Textura)									
	1	2	4	5	6	7	8	9	10	Total

Preferințe consistente	Moi					12.5%	6.3%	18.8%	12.5%	50.0%	100.0%
	Semitari		1.2%	2.3%	4.7%	5.8%	7.0%	14.0%	7.0%	58.1%	100.0%
	Tari					8.3%	8.3%	33.3%	8.3%	41.7%	100.0%
	Moi sau Semitari				9.1%	4.5%	4.5%	27.3%	18.2%	36.4%	100.0%
	Semitari sau Tari					6.7%		6.7%	53.3%	33.3%	100.0%
	Prefer toate tipurile	5.0%			15.0%	5.0%	10.0%	15.0%	5.0%	45.0%	100.0%
Total		0.6%	0.6%	1.2%	5.3%	6.4%	6.4%	17.0%	12.9%	49.7%	100.0%

Al 4-lea criteriu în ordinea importanței îl constituie calificativul de “ecologic” atașat brânzeturilor preferate, 45% dintre respondenți acordând criterial maxim iar 75% dintre respondenți acordând calificative peste 7.

Figura 10. Importanța acordată calificativului “ecologic” al brânzei



Din Tabelul 5 se observă că cei care acordă calificativul maxim pentru importanța brânzeturilor ecologice, prefer brânzeturile grase, nedegresate conținutul de grăsime fiind la rândul lui un indiciu al calității de “ecologic”. În mod evident în rândul celor care preferă brânzeturile slabe se constată o apetență mai mică față de atributul de “ecologic”

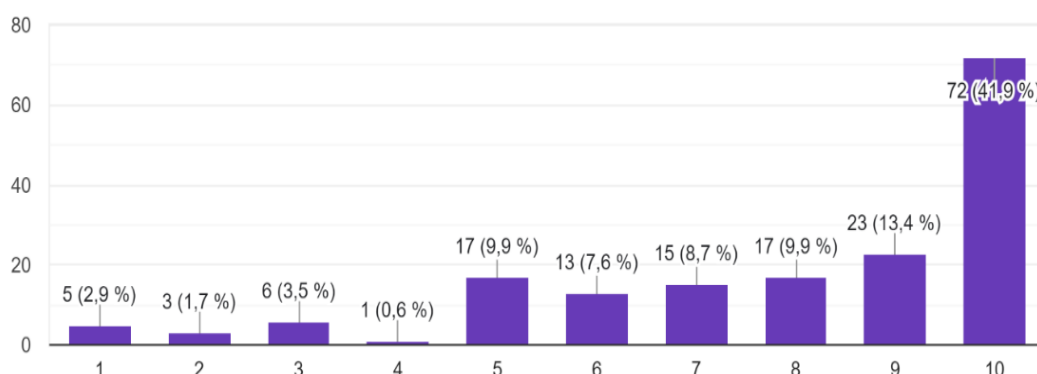
Tabel 5. Corelația între gradul de grăsime și aprecierea calității de produs ecologic

		Importanța atestării cașcavalului ca fiind ecologic									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gradul de grăsime preferat	Slabe	4.2%	4.2%	8.3%	2.1%	8.3%	6.3%	4.2%	4.2%	12.5%	45.8%
	Semigrase	1.7%	1.7%	1.7%	1.7%	10.0%	6.7%	6.7%	15.0%	10.0%	45.0%
	Grase			4.2%		8.3%	8.3%	4.2%	8.3%	8.3%	58.3%
	Slabe și semigrase	11.1%				16.7%	5.6%	11.1%	16.7%	5.6%	33.3%
	Semigrase			7.7%			7.7%	15.4%	7.7%	15.4%	46.2%

	si grase										
	Toate tipurile					11.1%	11.1%		22.2%	22.2%	33.3%
TOTAL		2.9%	1.7%	4.1%	1.2%	9.3%	7.0%	6.4%	11.0%	11.0%	45.3%

Circa 42% dintre respondenți consideră un criteriu de maximă importanță ca brânza să fi fost produsă de fermierii locali în timp ce 19% consider acest aspect ca fiind mai puțin important (calificative mai mici sau egale cu 5).

Figura 11: Importanța acordată faptului că brânza a fost produsă de “fermierii locali”



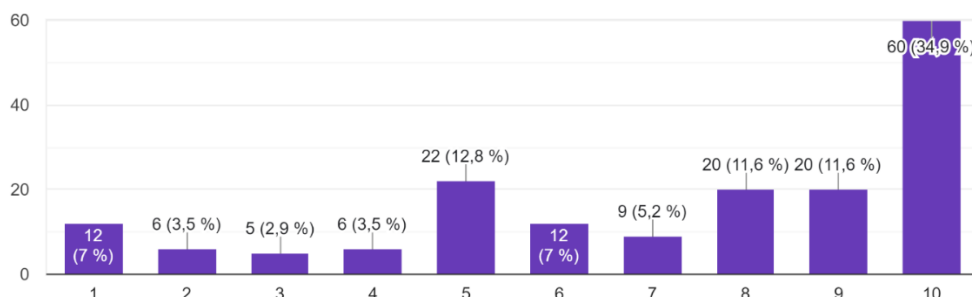
Tabel 6: Importanța atestării cașcavalului ca fiind produs de fermierii locali, în corelație cu gradul de grăsime preferat

		Importanța atestării cașcavalului ca fiind produs de fermierii locali									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gradul de grăsime preferat	Slabe	6.3%	4.2%	4.2%		10.4%	14.6%	6.3%	12.5%	10.4%	31.3%
	Semigrase		1.7%	3.3%		8.3%	8.3%	8.3%	10.0%	15.0%	45.0%
	Grase				4.2%	12.5%		4.2%	12.5%		66.7%

Preferințele legate de fermierii locali sunt correlate cu preferințele pentru brânzeturile grase, nedegresate, astfel 66,7% dintre consumatorii de brânzeturi grase acordând calificativul 10 referitor la importanța obținerii brânzeturilor de către fermierii locali. (45% pentru brânzeturile semigrase, 31 % pentru cele slabe)

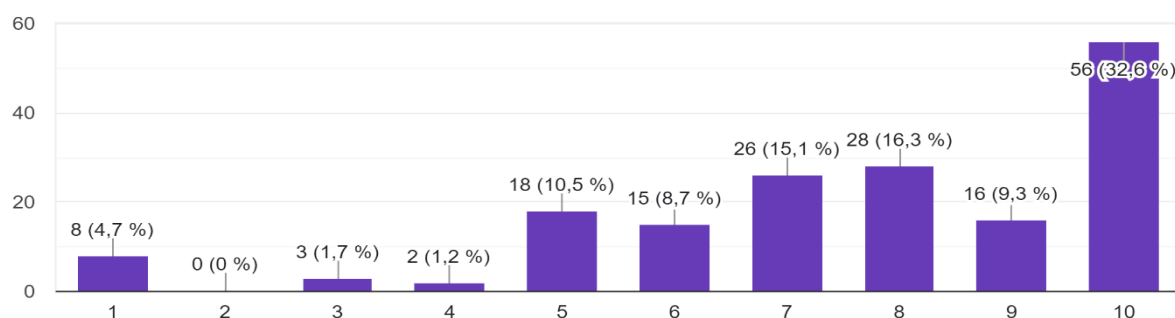
În ceea ce privește preferința ca brânzeturile să fi fost obținute din lapte crud, răspunsurile cunosc o dispersie destul de importantă, fiind întâlnite toate variantele de răspuns. Totuși, 34,9% din respondenți acordă calificativul maxim (10) acestui aspect în timp ce 60% dintre respondenți acordă calificativul peste 7. 13,5% acordă o importanță sub 3 iar circa 24% au o părere mai degrabă neutră cu calificative între 4 și 6.

Figura 12: Importanța faptului că brânza a fost obținută din lapte crud



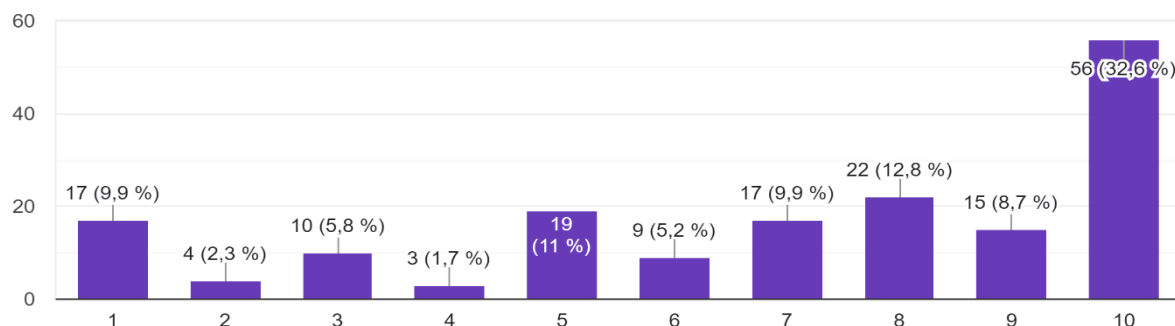
Perioada de maturare este considerată importantă de majoritatea consumatorilor 82% dintre consumatori acordând calificative peste 6 în această clasificare. Totuși opțiunea maximă (calificativ 10) nu este atât de pregnantă, doar 32,6% dintre repondenți considerând-o extrem de importantă

Figura 13: Importanța perioadei de maturare în alegerea produsului



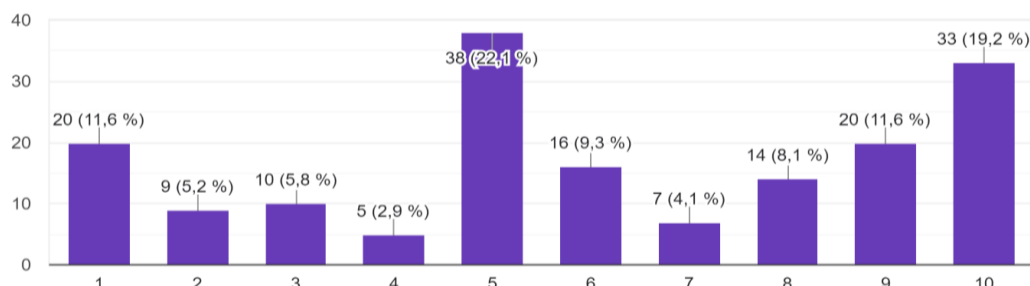
Existența unei certificări/ atestări la nivel european sau național este considerate foarte importantă de către o treime din repondenți, în timp ce 10% o consideră foarte puțin importantă. 31% dintre repondenți sunt mai degrabă indiferenți sau îi acordă o importanță relativ redusă acestui criteriu (calificativ sub 5).

Figura 14: Importanța atestării la nivel European/ național



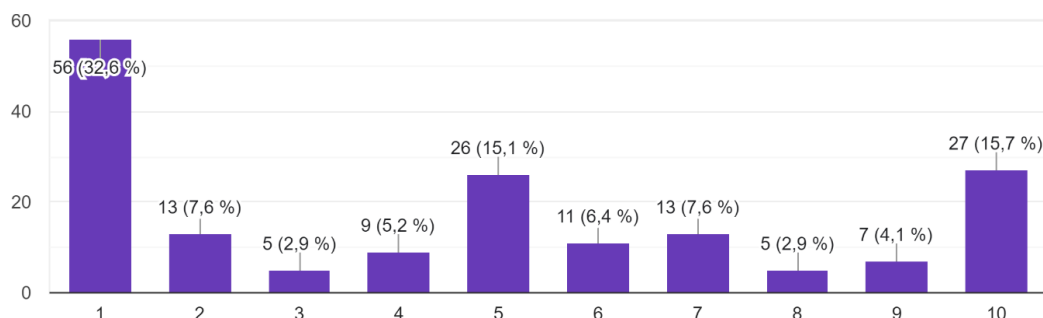
Există o dispersie foarte mare a răspunsurilor în ceea ce privește pasteurizarea laptelui. Procentul majoritar (22,1%) e al celor care acordă o importanță medie acestui criteriu în timp ce 52% îl consideră mai degrabă important sau foarte important (calificativ 6-10) în timp ce 25,5 dintre respondenți îl consideră puțin sau deloc important.

Figura 15. Importanța ca laptele de proveniență a brânzeturilor să fie pasteurizat



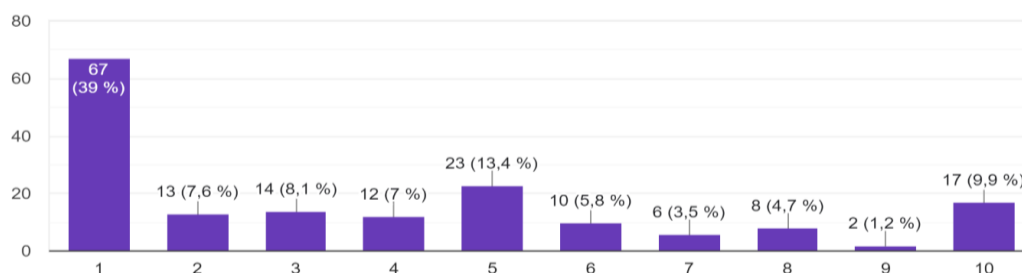
Opiniile respondenților sunt diverse și în funcție de proveniența laptelui autohton sau din import. În timp ce procentul majoritar 32,6% preferă laptele autohton, în ordinea preferințelor 15,7% preferă laptele din import iar 15,1% menționează varianta calificativului 5.

Figura 16. Importanța ca laptele de proveniență a brânzeturilor să fie din import



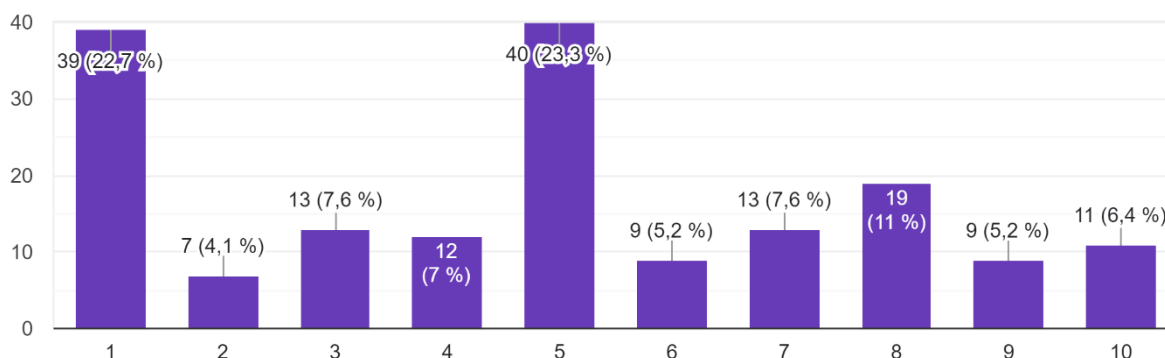
Adaosurile în brânzeturi sub forma pulberilor din plante reprezintă în opinia majoritară (39%) un lucru indezirabil (Figura 17), în timp ce doar circa 24% consideră acest aspect dezirabil (acordând un calificativ >6).

Figura 17: Importanța conținutului cu adaos din pulberi de plante



Doar circa 35% dintre repondenți ar prefera într-o măsură mai mare (calificativ minim 6) cașcavalurile afumate, în raport cu cașcavalul neafumat, în timp ce 23,3% sunt mai degrabă neutrii. O importantă pondere (22,7%) o reprezintă cei care nu își doresc afumarea cașcavalului sau cei care nu o preferă (41%) acordând note mai mici ca 5 la acest capitol.

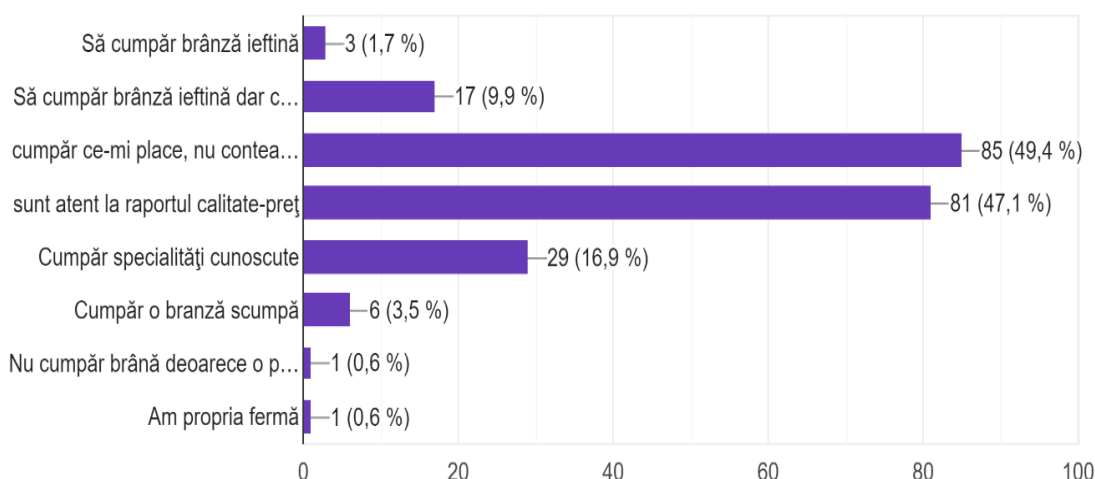
Figura 18: Importanța afumării cașcavalului în ceea ce privește achiziția



Din punct de vedere al prețului constatăm existența a două tendințe majoritare: Segmentul de piață a celor care cumpără ce le place fără a lua în calcul prețul și segmentul celor care sunt atenți la raportul calitate-preț fiecare cu aproximativ jumătate din repondenți. Aproximativ 20% din repondenți declară că cumpără specialități cunoscute (16,9%) sau cumpără o brânză scumpă (3,5%) (Figura 18)

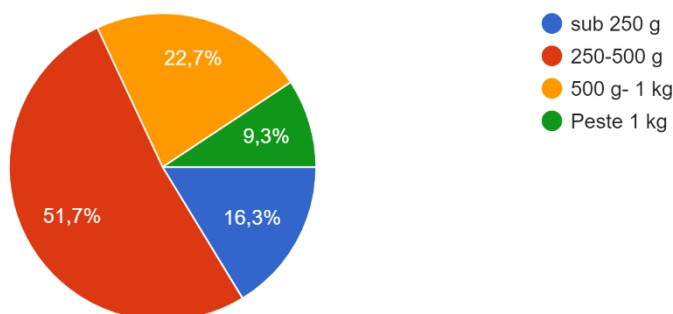
1,7% dintre repondenți cumpără brânză ieftină iar 10% cumpără brânză ieftină dar câteodată cumpără și brânză scumpă.

Figura 19. Preferințele la achiziție din punct de vedere al prețului



În general, cantitatea de brânzeturi achiziționată la o singură achiziție este 250-500 grame pentru mai mult de jumătate dintre repondenți (51,7%) în timp ce circa un sfert (22,7%) achiziționează între 500 și 1 kg, iar 16,3% achiziționează sub 250 grame. Doar 9,3% dintre repondenți achiziționează peste 1 kg la o singură achiziție.

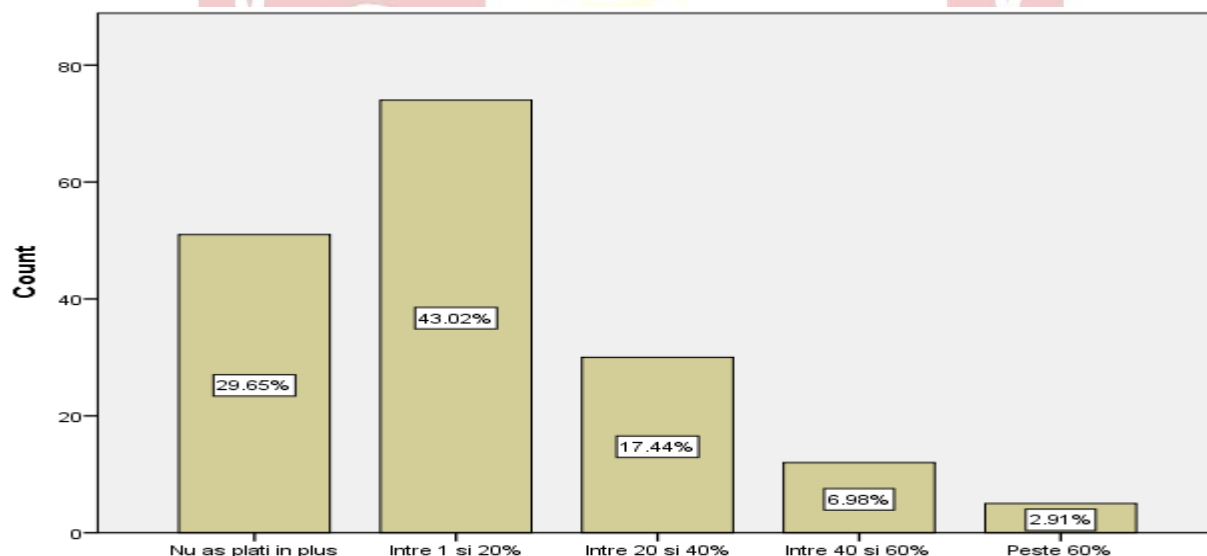
Figura 20: Cantitatea de brânză achiziționată la o singură achiziție



Analiza aprecierii consumatorilor de a plăti în plus pentru alte tipuri de lapte de proveniență a brânzeturilor (oaie, capră, bivoliță).

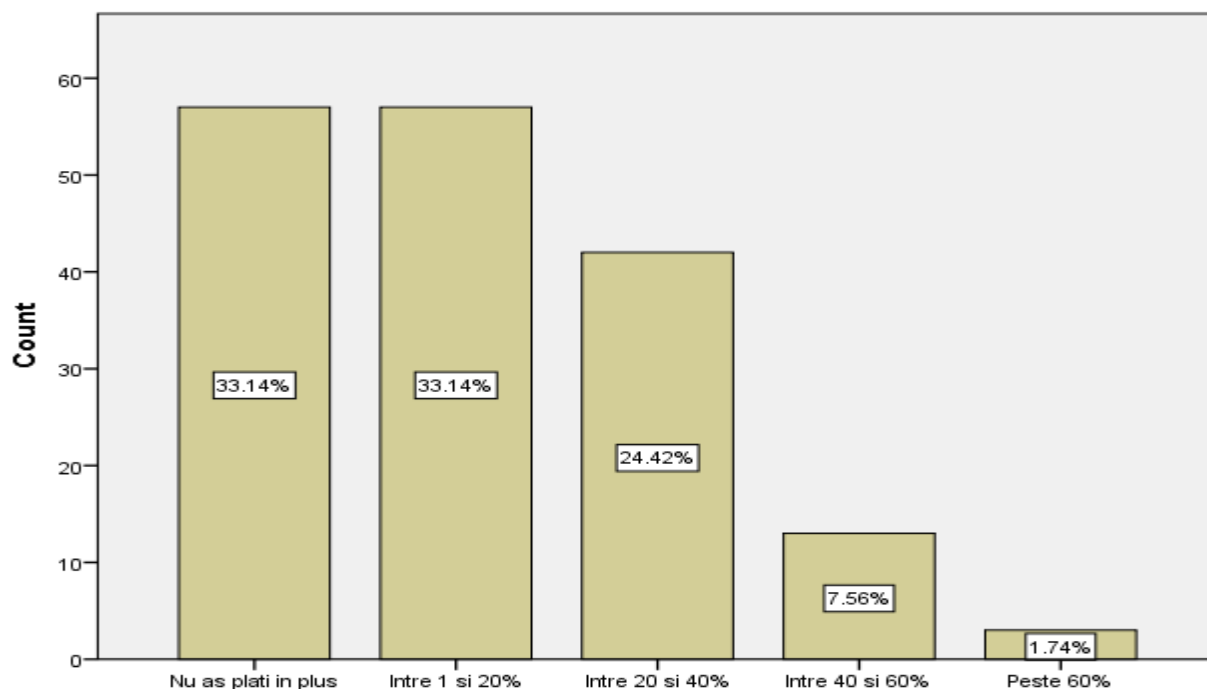
În ceea ce privește cazul brânzeturilor din lapte de oaie, 43 % dintre repondenți ar plăti în plus un procent situat între 1 și 20% pentru acest sortiment în timp ce circa 30% nu ar plăti în plus pentru aceasta. 17,5% dintre repondenți ar plăti între 20% și 40% iar 7% între 40% și 60%. Doar 3% ar plăti în plus o sumă care trece de 60%.

Figura 21: Suma de bani care merită plătită în plus pentru brânzeturile din lapte de oaie față de brânzeturile pe bază de lapte de vacă



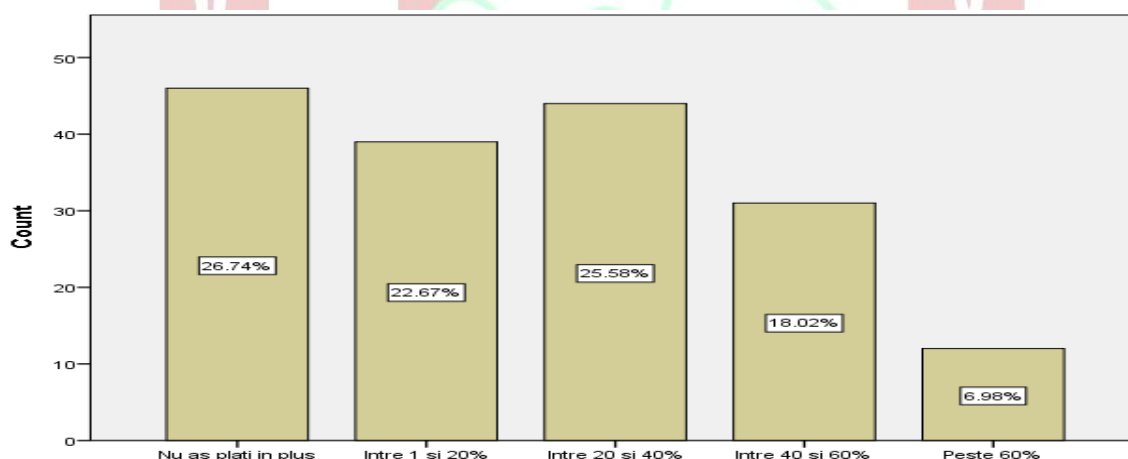
În cazul brânzeturilor din lapte de capră, procentul celor care declară că ar plăti în plus o sumă cuprinsă între 1 și 20% este de circa o treime dintre repondenți, 33% mai mică cu 10% decât în cazul laptelui de oaie. Scăderea la acest nivel se regăsește în procentul mai mare a celor care nu ar plăti în plus (33%) dar și a acelor care ar plăti în plus între 20 și 40% (24,42%). Procentul celor care consideră că merită plătit în plus mai mult este de 7-9% dintre repondenți.

Figura 22: Suma de bani care merită plătită în plus pentru brânzeturile din lapte de capră față de brânzeturile pe bază de lapte de vacă



Pentru brânzeturile din lapte de bivoliță, circa 50% dintre consumatori ar plăti în plus peste 20% față de laptele de vacă astfel: 25% ar plăti între 20-40%, 18% între 40 și 60%, iar 7% ar plăti este 60% în plus. Un procent important 22% ar plăti în plus undeva între 1 și 20% iar 26% nu ar plăti în plus (Figura 23).

Figura 23: Suma de bani pe care consumatorii consideră că merită plătită în plus pentru brânzeturile din lapte de bivoliță față de brânzeturile pe bază de lapte de vacă



Dintre factorii care influențează decizia de cumpărare a produsului, (Figura 23) cel mai des menționat a fost factorul de influență a prietenilor, colegilor și cunoștințelor, urmat de Promoțiile din magazine (26,7%), Sfaturile vânzătorilor (25,6%) și Publicitatea (20,3%) în timp ce alți factori sunt considerați neimportanți

Figura 24. Factorii externi care influențează decizia de cumpărare a produsului

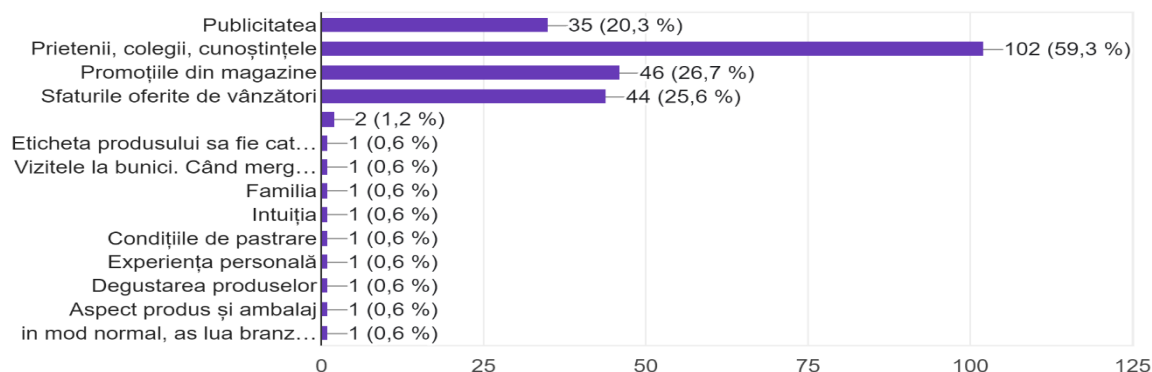


Figura 25. Vârsta repondenților

17. Vă rugăm precizați vârsta dumneavoastră:
172 de răspunsuri

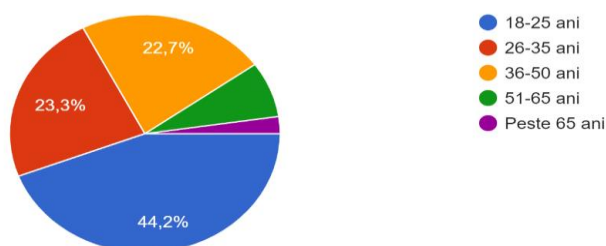


Figura 26. Genul repondenților

18. Vă rugăm precizați genul Dvs.:
172 de răspunsuri

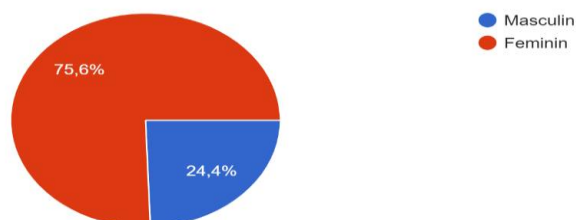


Figura 27. Venitul repondenților

19. Care este venitul Dumneavoastră net, lunar, pe familie ?
172 de răspunsuri

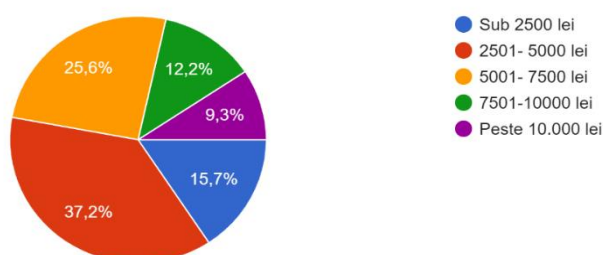


Figura 28. Numar de membrii de familie

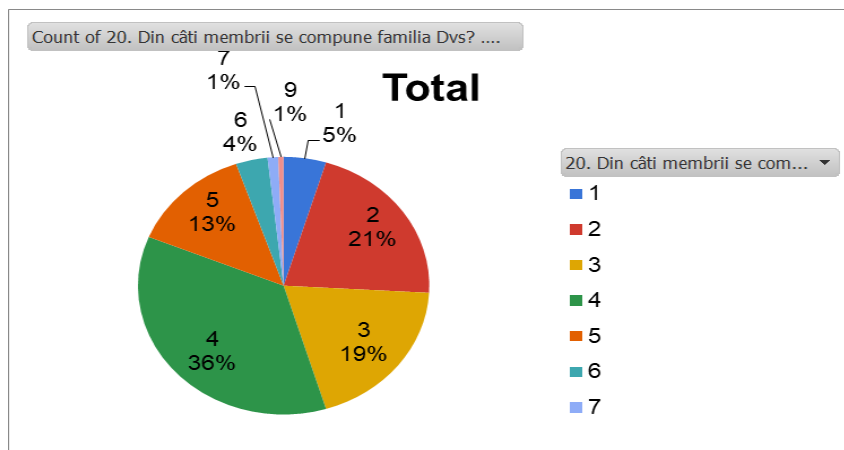
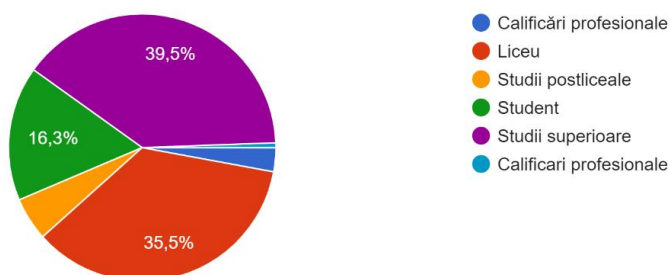


Figura 29. Studii absolvite

23. Care sunt ultimele studii absolvite de Dvs?

172 de răspunsuri



Activitatea 2.6 - Cercetări privind segmentarea pieței de produse de calitate

Studiu elaborat de:

Nr. crt.	Numele si prenumele	Funcția în cadrul proiectului	Semnătura
1	Dr. Avram Fițiu	Coordonator activități de cercetare	
2	Dr. Călin Sebastian Vac	Cercetător 1	
3	Dr. Mircea Marius Sabău	Cercetător 2	
4	Dr. Lucian Cuibus	Cercetător 3	