

**Dumitrache Bogdan BRATOVEANU<sup>1</sup>, Silviu STANCIU<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>*Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați, Romania*

Autor corespondent - email: *bbratoveanu@ugal.ro*

## CERCETĂRI PRIVIND IMPORTANȚA MĂRCILOR PE PIAȚA AGROALIMENTARĂ DIN ROMÂNIA

Proprietatea intelectuală în domeniul agroalimentar reprezintă un aspect sumar abordat în cercetarea științifică națională. Ipoteza clasică, bazată pe un consum de produse agroalimentare conservator, în care consumatorul de alimente era influențat în principal de factori culturali, sociali sau personali, este din ce în ce mai puțin prezentă în studiile de specialitate. În prezent consumul de alimente este dinamic, fiind influențat de un sistem complex de factori, în care elementele psihologice au o importanță din ce în ce mai mare în alegerea unor alimente de către consumator.

Studiul efectuat a vizat o analiză a evoluției mărcilor în domeniul alimentar pe piața românească, urmărind conștientizarea valorificării produselor sub protecție juridică. Pentru realizarea cercetărilor au fost utilizate analize de specialitate privind clasificarea brandurilor românești în ultimii ani. Studiul a evidențiat faptul că apele minerale și produsele lactatele au ocupat primele poziții ale topului național de produse alimentare în perioada analizată. Cercetarea a scos în evidență menținerea pe piață a unor mărci autohtone, cu notorietate în rândul consumatorilor români, dar și dezvoltarea unor mărci comerciale, aparținând marilor lanțuri de magazine alimentare, cu o pondere în creștere în preferințele consumatorilor. O evoluție pozitivă a fost înregistrată la conserve de legume sau pește, siropuri, produse de copt, paste și cereale, vândute sub marcă proprie. Rezultatele științifice obținute prezintă importanță aplicativă, constituind baza unui studiu mai amplu privind proprietatea intelectuală și modelarea consumului de produse alimentare pe piața românească.

**Cuvinte cheie:** proprietate intelectuală, filiera agroalimentară.

**Clasificare JEL:** Q1, A190, K220.

## RESEARCH ON THE IMPORTANCE OF TRADEMARKS ON THE AGRI-FOOD MARKET IN ROMANIA

Intellectual property in the agri-food sector is a brief overview in the national scientific research. The classical hypothesis, based on a conservative consumption of agri-food products, in which the food consumer was mainly influenced by cultural, social or personal factors, is less and less present in specialized studies. Currently, food consumption is dynamic, being influenced by a complex system of factors in which the psychological elements are increasingly important in the choice of foods by consumers.

The study aimed to analyse the evolution of the food brands on the Romanian market, aiming at the awareness of the valorisation of products under legal protection. For the purpose of our research, we used specialized analyses regarding the classification of Romanian brands in recent years. The study highlighted the fact that mineral waters and dairy products occupied first positions in the national top food list in the analysed period. The research highlighted the maintaining of local brands on the market, notorious among Romanian consumers, but also the development of trademarks belonging to the great food chain stores, with a growing share in consumer preferences. A positive development was noticed for canned vegetables or fish, syrups, bakery products, pasta and cereals, sold under own brand. The scientific results obtained have an applicable importance, representing the basis of a wider study on intellectual property and modelling of food consumption on the Romanian market.

**Key words:** intellectual property, agri-food chain.

**JEL Classification:** Q1, A190, K220.