

RÉSUMÉ

La thèse de doctorat intitulée „*Études sur l'offre, le marché, la promotion, la distribution et la valorisation du lait et des produits laitiers dans la région de N-E de la Roumanie*” contient une introduction, huit chapitres et la bibliographie. L’ouvrage est axé sur l’étude du marché du lait et des produits laitiers au niveau de la Région de développement de Nord -Est.

L’ouvrage est structuré en deux parties.

L’introduction présente la situation actuelle et générale du marché du lait et des produits laitiers au niveau mondial, européen, national et régional.

La **Première partie**, intitulée „**Etude de la bibliographie roumaine et étrangère concernant le marketing du lait et des produits laitiers**”, contient le premier chapitre qui s’occupe des „**Etudes et recherches roumaines et étrangères concernant le marketing du lait et des produits laitiers**” et fait une description au niveau global du marché des produits laitiers, l’importance et le poids de ceux-ci dans la consommation alimentaire.

Ce chapitre envisage deux grands problèmes:

- *les études et les recherches concernant les besoins de consommation, l'offre et le marché du lait et des produits laitiers;*
- *les études et les recherches concernant la promotion, la distribution et la valorisation du lait et des produits laitiers.*

Le chapitre contient également une synthèse des aspects théoriques concernant:

- ***les besoins et la demande de consommation*** (*concepts, caractéristiques, facteurs d'influence*);
- ***l'offre*** (*concepts, caractéristiques, classification, structure, facteurs d'influence, rapport offre – demande sur le marché*);
- ***le consommateur et le comportement d'achat*** (*les objectifs de l'étude, les habitudes d'achat et de consommation, la fréquence de la consommation*).

Nous avons analysé les évolutions quantitatives et relatives à la valeur de la production et de la consommation du lait et des produits laitiers au niveau mondial, européen et national pendant la période 2009-2012.

En plus, nous avons aussi mis en évidence les aspects suivants:

- *les possibilités et les moyens de promotion du lait et des produits laitiers;*
- *la typologie des concurrents et leurs réactions;*
- *la distribution;*
- *le merchandising et la promotion des ventes;*
- *les technologies de production du lait et des produits laitiers.*

La **Deuxième partie** de la thèse de doctorat vise les „**Résultats obtenus et leur interprétation**” et contient 7 chapitres.

Le deuxième chapitre, intitulé „**Objectifs de la recherche et méthodologie de travail utilisée**” présente les objectifs de l'étude, en soulignant les aspects suivants:

- *la caractérisation de la région étudiée et des facteurs qui influencent la production du lait et des produits laitiers;*
- *la caractérisation de la situation actuelle du marché du lait et des produits laitiers;*
- *l'identification de certaines stratégies de marketing pour le marché du lait et des produits laitiers dans la Région de développement Nord – Est.*

Par la suite, nous avons fait une présentation de la méthodologie de recherche, respectivement l'utilisation de la recherche secondaire avec des sources d'information, à savoir la littérature de spécialité de Roumanie et de l'étranger, ainsi que la recherche fondée sur des *données primaires*, obtenues à la suite de l'application de quelques questionnaires sur un échantillon de commerçants et de consommateurs de produits laitiers VIO de la Région de développement Nord - Est, avec la présentation d'une série de détails sur l'échantillonnage.

Au début de l'étude de cas nous avons utilisé *le questionnaire écrit* qui contient des questions sur la manière dont est réalisée la communication avec le client, les délais et le respect des commandes, la conservation des produits pendant le transport, le dépôt et l'exposition, le comportement du personnel de S.C. Ilvas S.A. et la comparaison des produits Ilvas avec d'autres produits similaires, les raisons pour lesquelles les produits VIO sont consommés, le degré de satisfaction des consommateurs, leur fidélité à la marque VIO.

Le troisième chapitre présente la „**Caractérisation de la région envisagée et des facteurs qui influencent la production du lait et des produits laitiers**”. Ce chapitre commence

par une description des particularités d'ordre économique de la Région de développement Nord-Est, à savoir:

- *l'évolution du PIB régional par rapport au PIB national;*
- *la répartition de la population par départements et par milieux de résidence urbains/ ruraux.*

Ensuite, nous avons décrit **le niveau de croissance de la Région de développement Nord-Est**, la présentation des stratégies destinées à encourager les investissements différenciés par départements, la présentation de l'infrastructure existante au niveau régional et l'évolution qui a suivi à l'adhésion de la Roumanie à l'Union Européenne. Pour mettre en évidence les points forts et les opportunités, mais aussi les points faibles et les menaces, nous avons réalisé l'analyse SWOT de la région, en envisageant les aspects les plus importants d'ordre économique, agricole, humain, l'infrastructure, le milieu, etc.

Le troisième chapitre se termine par l'analyse des conditions naturelles qui influencent la production du lait:

- *le relief, qui se trouve dans la Région de Nord – Est sous toutes ses formes, respectivement 30 % de montagnes, 30 % de relief subcarpatique et 40 % de plateau;*
- *le climat, qui dans la partie occidentale des départements de Suceava, de Neamț et de Bacău est de type continental – tempéré, avec des étés frais et des hivers riches en précipitations sous forme de neige, tandis que tout le territoire des départements de Botoșani, de Iași et de Vaslui connaît un climat continental, avec des étés chauds et secs et des hivers froids, souvent sans neige.*
- *le réseau hydrographique et hydrologique comprend huit cours d'eau importants, qui se répartissent sur la direction Nord-Sud, les plus grands bassins hydrographiques étant ceux du Siret et du Prut;*
- *les sols, la répartition des sols étant influencée par des facteurs limitatifs au niveau régional et différenciés par départements.*

Le quatrième chapitre présente les „**Données monographiques sur la S.C. Ilvas S.A. Vaslui**”. Dans cette partie de la thèse nous avons analysé les aspects suivants:

- *la présentation de l'entreprise S.C. Ilvas S.A. Vaslui;*
- *la structure d'organisation et de direction;*

- *la promotion, la distribution et la valorisation du lait et des produits laitiers à S.C. Ilvas S.A..*

Le cinquième chapitre s'intitule „**Analyse des résultats économiques-financiers et de production dans le cadre de S.C. Ilvas S.A. Vaslui**” et concerne la situation économique de la société pendant la période 2009 - 2012 et l'analyse de ses principaux résultats financiers.

L'analyse économique-financière met en évidence le mécanisme de constitution et de modification des phénomènes économiques par leur séparation en éléments composants, en parties simples, et par la détermination des facteurs d'influence.

Il faut remarquer un intérêt continu de la part de l'entreprise pour les investissements de capitaux dans des modernisations et des automatisations et, en même temps, l'augmentation de la productivité du travail des employés.

Dans le sixième chapitre, „Elaboration de la stratégie et de la planification de marketing”, nous avons fait des références sur la définition, le choix et la mise en place du programme stratégique de marketing, le contenu, la structure et l'élaboration de celui-ci.

Dans la dernière partie du chapitre nous avons analysé les trois étapes principales de l'élaboration du programme de marketing de S.C. Ilvas S.A. Vaslui (l'analyse des indicateurs d'ensemble de l'économie nationale, la détermination des dimensions et de la structure du marché intérieur et extérieur, l'évaluation des capacités intérieures de l'entreprise).

Le septième chapitre a pour objet „**Le consommateur et son comportement d'achat du lait et des produits laitiers**”.

À la fin de l'étude réalisée, nous avons remarqué le fait que l'entreprise se réjouit d'une réputation locale, mais aussi régionale, perçue aussi bien par les consommateurs locaux, que par ceux régionaux ou nationaux.

L'analyse des questionnaires a démontré le fait que la renommée de S.C. Ilvas S.A. Vaslui suggère aux clients la garantie et la sécurité, des facteurs qui participent à la prise de décision pour l'achat des produits, sans qu'il y ait une attitude d'insécurité ou de doute.

Le dernier chapitre présente les Conclusions et les Recommandations qui découlent de l'analyse du contenu de la thèse de doctorat.

La thèse de doctorat contient, à la fin, une **Bibliographie** avec 165 titres en roumain et en langues étrangères.

Mot clés: *publicités, produits laitiers, offres, S.C Ilvas S.A. Vaslui.*

