

# **Consumer's and beekeeper's perception on sensory descriptive labelling of Romanian honey**

**Laura STAN**

University of Agricultural Sciences and Veterinary Medicine Cluj-Napoca  
Calea Manastur 3-5, Cluj-Napoca 400372, Romania, Email: [laurastan@usamvcluj.ro](mailto:laurastan@usamvcluj.ro)

**Keywords: honey; sensory profile; sensory label**

## **Introduction**

Honey consumption in Romania is the lowest in Europe (about 400-600g/head/year) although Romania is the third honey producer in Europe (after Spain and Germany). Although many monofloral honey types are harvested in Romania, the most consumed are acacia and multifloral honey. The purpose of the study was to evaluate the potential economic consequences of a label with sensory description for honey.

## **Methods:**

Two questionnaires were prepared and were delivered to consumers (n=197) and beekeepers (n=38). The questionnaires included items about honey labelling and examples of sensory description of most important Romanian monofloral honey types (acacia, rape, tillia, sunflower and honeydew honey) and socio-demographic characteristics (gender, age, education, profession, residence).

## **Results:**

All beekeepers and 97% of the consumers consider useful a sensory descriptive label of honey. The sensory descriptive labels of each honey received a score above 4 on Likert scale in both questionnaires. Beekeepers feel that a sensory descriptive label of honey would increase sales, motivate consumers to buy honey which they never tried before. Among 54-58% of the respondents never tried rape, sunflower or honeydew. About 89% of the consumers acknowledged that a sensory label will encourage them to taste honey which they never tasted before and 87% of consumers consider that the sensory label would help them become aware of honey sensory qualities and distinguish between authentic and adulterated honey.

## **Discussion:**

Sensory labels are available on the market for wine and coffee. This study proved the need of a sensory label for honey, especially in terms of raising awareness of sensory differences between honey types. Due to multiple purposes of honey use in our culture (first of all health, then sweetener, cosmetic and others) this label is extremely useful.

Financial support: project PN-III-P2-890/12.09.2017 contract no. 194PED/2017.

# **Percepția consumatorilor și apicultorilor privind etichetarea senzorială descriptivă a mierii românești**

**Laura STAN**

Universitatea de Științe Agricole și Medicină Veterinară Cluj-Napoca  
Calea Manastur 3-5, Cluj-Napoca 400372, Romania, Email: [laurastan@usamvcluj.ro](mailto:laurastan@usamvcluj.ro)

**Cuvinte cheie: miere; profil senzorial; etichetare senzorială**

## **Introducere**

Consumul de miere în România este cel mai scăzut din Europa (aprox. 400-600g/cap locuitor/an) deși România este a treia producătoare de miere din Europa (după Spania și Germania). Mierea cel mai des consumată este mierea de salcâm și polifloră deși în România sunt mai multe sortimente de miere monofloră. Scopul acestui studiu a fost de a evalua percepția consumatorilor și apicultorilor despre etichetarea senzorială a mierii și posibilele consecințe economice ale unei asemenea abordări a etichetării mierii.

## **Metode:**

Au fost elaborate și distribuite două chestionare – unul destinat consumatorilor (n=197) și unul apicultorilor (n=38). Chestionarele au inclus aspect legate de etichetarea mierii și exemple grafice de prezentare a profilului senzorial al celor mai importante sortimente de miere monofloră din România (salcâm, rapiță, tei, floarea soarelui și mană) și întrebări demografice (gen, sex, educație, profesie și reședință).

## **Rezultate:**

Toți apicultorii și 97% dintre consumatori consideră utilă etichetarea senzorială a mierii. Etichetele propuse au fost evaluate pe scala Likert (1-dezacord total, 5 acord total) în ambele chestionare. Apicultorii consideră că eticheta descriptivă ar spori vânzările, ar motiva consumatorii să cumpere sortimente noi de miere. Aprox. 54-58% dintre respondenți nu au gustat niciodată miere de rapiță, de floarea soarelui sau de mană. Aprox. 89% dintre participanți au recunoscut că o etichetă senzorială i-ar încuraja să încerce sortimente negustate anterior și 87% dintre consumatori consideră că eticheta senzorială i-ar ajuta să devină conștienți de caracteristicile senzoriale ale mierii și să diferențieze mierea autentică de cea falsificată.

## **Discuție:**

Etichetele senzoriale sunt disponibile pe piața pentru vin și cafea. Studiul a dovedit necesitatea unei etichete senzoriale a mierii, în special de conștientizare a diferențelor senzoriale dintre sortimente. Datorită aplicațiilor multiple ale mierii în cultura noastră (în primul rând în sănătate, apoi îndulcitor, și cosmetice) această etichetă este foarte utilă.

Suport financiar: proiect PN-III-P2-890/12.09.2017 contract nr. 194PED/2017.