

Cresterea albinelor

Apicultura se dovedeste astazi o afacere cat se poate de viabila, cu mari sanse de succes, avand in vedere ca potentialul melifer al Romaniei este de aproximativ 1.700.000 de familii de albine, iar in prezent nu exista mai mult de 800.000.

In Romania, apicultura este favorizata de o clima blanda si de o natura darnica, un adevarat paradis apicol ce dainuie din martie pana in octombrie: plante melifere variate, paduri intinse de tei si salcami, numeroase suprafete cultivate cu pomi fructiferi si floarea-soarelui.

Nu e de mirare, asadar, ca in anul 1989 productia de miere a Romaniei reprezenta 1,4% din totalul mondial si 8,5% din productia Europei, ceea ce insemna 62,6 kg/1.000 de locuitori, fata de media europeana de 30,7 kg si 20,6 kg media de pe glob.

Producatorii individuali – in special cei de la sate – redescopera treptat aceasta frumoasa indeletnicire - apicultura, ce s-a dovedit a fi o afacere foarte rentabila. Initial, apicultura se poate desfasura ca o a doua ocupatie, cu un numar mic de stupi si multe ore petrecute in preajma unui apicultor cu experienta. Pretul mierii a crescut in ultimii ani. Astfel, profitul unei afaceri in apicultura este atragator in special daca se reuseste patrunderea pe pietele din Vest.

Lucrul cu albinele nu este dificil, dar presupune respectarea anumitor reguli foarte stricte, pentru a se evita accidentele. Profitul creste de la an la an, fiind direct proportional cu numarul familiilor de albine, si este dependent de conditiile meteorologice. In mediul rural, apicultura poate fi combinata cu cultivarea trifoiului sau a pomilor fructiferi, obtinandu-se astfel o productivitate sporita a plantelor respective, de pana la 5 ori mai mare.

Fie ca sunt produse de baza - miere, ceara, laptisor de matca, polen, venin de albine, apilarnil, propolis sau pastura -, fie ca sunt combinate si prezentate sub forma de lotiuni sau creme, produsele apicole sunt din ce in ce mai mult solicitate pe piata romaneasca. Efectele terapeutice si energovitalizante ale acestora justifica orientarea tot mai puternica a cumparatorilor, indiferent de varsta, spre produsele naturale.

Sursa: www.ideideafaceri.ro