

Coordonatori

Ioan Sebastian Brumă • Codrin Dinu Vasiliu



# Provocări rurale contemporane

Studii de agro-economie și antropologie rurală

PRESA UNIVERSITARĂ CLUJEANĂ

# Capitolul 12 - Sectorul agroalimentar local și lanțurile scurte de aprovizionare funcționale din județul Botoșani

- Lucian Tanasă

## Introducere

În ultimii ani, se vehiculează mult ideea că sustenabilitatea lanțurilor alimentare convenționale a devenit discutabilă. În același timp, pe fondul interesului crescând al consumatorilor pentru lanțurile scurte de aprovizionare (LAS), parte componentă a sistemelor alternative, acestea pot reprezenta o alternativă viabilă și complementară lanțurilor alimentare convenționale. LAS-urile atrag din ce în ce mai mult atenția în cercetarea sistemelor alimentare, datorită popularității lor în creștere, deopotrivă în rândul consumatorilor, producătorilor și factorilor de decizie politică din ultimele decenii (Chiffolleau și Dourian, 2020).

Lanțurile logistice agroalimentare scurte au capacitatea de a crea „spații economice noi” (Van der Ploeg et al., 2000; Marsden et al., 2002; Renting et al., 2003) și pot efectiv inversa declinul comunităților rurale, precum și epuizarea surselor/ stocurilor de produse alimentare, precum și a infrastructurii fizice specifice exploatațiilor agricole.

Reconfigurarea sistemelor agricole convenționale presupune dezvoltarea de noi forme specifice, opusă producției de masă, în special: sisteme agroalimentare locale, LAS-uri, rețele rurale interconectate cu cele urbane (Renting et al., 2003; Jarosz, 2008; Marsden, 2010) sau, mai nou, modele integrate de tipul CRFS - City Region Food System (Blay-Palmer et al., 2018).

Consultând literatura de specialitate, se poate remarca faptul că, în momentul de față, există mai multe definiții ale conceptului de LAS, situație care poate genera incertitudini în înțelegerea acestui termen. O bună parte dintre aceste definiții se referă la modalitățile diferite de comercializare a alimentelor, care limitează numărul verigilor implicate în lanțul agroalimentar și/sau distanța fizică, geografică, dintre locul de producție și cel de consum efectiv (Kneafsey et al., 2013). Totuși, în această privință, trebuie subliniat faptul că reducerea numărului intermediarilor din cadrul LAS-urilor, nu este întotdeauna sinonimă cu conceptul de livrare directă (adică numărul intermediarilor să fie nul), ele putând fi percepute și ca forme de comercializare în care intervine maximum un intermediar (Marechal, 2008; Aubry și Chiffolleau, 2009; Tanasă, 2014). În sprijinul acestei idei, vine Regulamentul nr. 1305/2013 care prevede schema politicii de dezvoltare rurală în perioada 2014-2020 și care raportează în mod expres măsurile de implementare a organizării lanțului alimentar și, în special, a lanțului scurt de aprovizionare, definit ca „un lanț de aprovizionare care implică un număr limitat de operatori economici, angajat în cooperare, dezvoltare economică locală și relații geografice și sociale strânse între producători, procesatori și consumatori” (Canfora, 2016).

Într-o altă definiție realizată de UK's Soil Association încă din anul 2001, LAS-ul este definit drept „un sistem de producție, procesare și comercializare axat, în principal, pe metode și mijloace ecologice și sustenabile de producție agroalimentară, în care activitatea economică se desfășoară și este supervizată în regiunea/zona de producție sau vecinătatea acesteia, activitate care conferă beneficii de ordin economic, social, de mediu și de sănătate comunităților din aceste zone” (Kneafsey et al., 2013; Tanasă, 2015). Totodată, LAS-ul este utilizat adesea și ca un concept umbrelă (Marsden et al., 2000; Jarzębowski et al., 2020).



Figura 1. Cuvinte cheie în identificarea beneficiilor lanțurilor scurte de aprovizionare pentru comunități - cercetare proprie (Sinclair și Rockwell, 2021)

Literatura de specialitate insistă pe numeroasele beneficii de ordin economic, social, de mediu, cultural și de sănătate pe care LAS-urile le conferă comunităților locale, dintre care amintim: economice - susținerea economiilor locale (Sacks, 2002; Goldenberg și Meter, 2019; Chiffolleau și Dourian, 2020), sporirea veniturilor producătorilor locali (Morizot-Braud și Gauche, 2016), absorbția banilor la nivel local, dezvoltarea spiritului antreprenorial în sectorul alimentar, sprijinirea turismului și gastronomiei locale (Argyropoulou et al., 2019), susținerea magazinelor locale și piețelor agroalimentare, reducerea incertitudinilor economice (Jarzębowski et al., 2020), susținerea și dezvoltarea parteneriatelor locale și cooperării între diverși actori locali (Chiffolleau, 2009), sprijinirea sinergiilor cu alte sectoare de activitate (Jarzębowski et al., 2020); sociale – interacțiunea și dezvoltarea relației directe producător – consumator (Hinrichs, 2000; Sage, 2003), păstrarea locurilor de muncă și creșterea oportunităților de angajare pe plan local (Mundler și Laughrea,

2016; Barry, 2012; Chiffolleau și Dourian, 2020), creșterea satisfacției muncii, reducerea fenomenului migrației (forța de muncă activă) (Falguières et al., 2015), încurajarea transferului de cunoștințe și informații; protecția mediului – conservarea biodiversității (Brunori et al., 2016; Chiffolleau și Dourian, 2020), încurajarea micilor producători locali să adopte sisteme prietenoase cu mediul înconjurător (Tanasă, 2014; Beguin și Lesur-Dumoulin, 2016), reducerea poluării prin diminuarea utilizării de pesticide și fertilizanți chimici, reducerea consumului de carburanți și emisiilor de carbon (Jarzębowski et al., 2020), reducerea risipei alimentare și gestionarea eficientă a deșeurilor (Wibbelmann et al., 2013; Tornaghi, 2014; Florin și Renting, 2015; Schmutz et al., 2018), educație ecologică și integrarea lor cu mediul; sănătate și calitatea vieții – încurajarea consumului de alimente proaspete și nutritive (Lappo et al., 2015) și asigurarea accesului la o alimentație sănătoasă (Longin și Würschum, 2016; Aguiar et al., 2018), adoptarea unui regim alimentar sănătos bazat pe consumul de alimente produse pe plan local, educație alimentară, inclusiv pentru tineri; cultură- promovarea și conservarea gastronomiei locale, conservarea moștenirii locale (Figura 1).

Pe baza relației dintre producători/ procesatori și consumatorii finali, au fost identificate trei modalități de interacționare specifice LAS-urilor (Marsden et al., 2000; Renting et al., 2003; Kneafsey et al., 2013): contactul direct („face to face”)

- achizițiile directe de la producători, proximitatea spațială („spatial proximity”)
- producție și distribuție locală și extinsă din punct de vedere spațial („spatially extended”) - consumatorii au informații despre locul și procesul de producție.

Referindu-se la acest tip de relație și pe baza celor trei dimensiuni de proximitate, o abordare puțin diferită a definiției LAS-urilor a fost propusă de Malak-Rawlikowska și colaboratorii (Malak-Rawlikowska et al., 2019): „proximitatea geografică”, care exprimă distanța fizică de transport („food miles”), parcursă de produs de la locul de producție până la locul de consum efectiv; „proximitatea socială”, care se referă la relația strânsă dintre producător/ procesator și consumatorul final, rezultând transferul direct de informații și încredere reciprocă și „proximitatea organizațională”, care este legată de numărul intermediarilor implicați lanțul de aprovizionare cu alimente.

LAS-urile acoperă o gamă întregă de scheme și inițiative diferite din lanțul valoric, care sunt percepute ca un tip alternativ de guvernare și structură organizațională la distribuția convențională produselor alimentare (Malak-Rawlikowska et al., 2019).

La nivel european, există numeroase inițiative care au apărut cu scopul de a ocupa noi nișe de piață, de a capta o cotă de piață mai mare și o rentabilitate mai bună, precum și de a stabili relații specifice cu grupuri de consumatori.

## Material și metodă

Referitor la metodologia cercetării, în prima parte a lucrării a fost utilizată tehnica cercetării indirecte, fiind consultate articole și studii de specialitate publicate până în momentul de față. În literatura de specialitate care abordează tematica LAS-urilor, datele statistice pot fi identificate, în cea mai mare parte, la nivelul studiilor de caz

individuale, majoritatea articolelor și studiilor conținând preponderent date de natură calitativă. În ultima decadă însă, au apărut rapoarte și articole științifice, ca rezultate ale implementării proiectelor de cercetare (de exemplu, FP7 sau Horizon 2020), care reușesc să colecteze și să interpreteze date cantitative importante din diverse țări. În pasul ulterior de cercetare, s-a realizat o trecere în revistă a principalelor caracteristici ale sectorului agroalimentar botoșănean, urmat de o analiză referitoare la unitățile de procesare/prelucrare/comercializare operaționale pe raza județului Botoșani, pornind de la datele furnizate de ANSVSA Botoșani, disponibile la nivelul anului 2020. În cadrul acestei secțiuni a fost realizată și o analiză a informațiilor disponibile în mediul online cu privire la producătorii/ procesatorii autohtoni care promovează conceptul de LAS.

## Rezultate și discuții

Deși la nivelul statelor dezvoltate LAS-urile sunt percepute ca având un puternic caracter inovator, fiind de fapt reinventate, România are o veche și continuă tradiție, acestea constituind în perioada comunistă chiar o soluție de supraviețuire pentru locuitorii din orașe, care, din lipsă de hrană, erau nevoiți să se aprovizioneze cu alimente de la rudele de la țară sau de la micii fermieri.

Totodată, ele sunt privite în prezent ca soluții eficiente la problema supraviețuirii micilor producători locali în situații de criză (precum pandemia Covid-19).

În ultima perioadă, la nivelul României au apărut tot mai multe inițiative locale de dezvoltare a LAS-urilor, fiind înființate noi magazine de producători (carmangerii, măcelării, brutării, covrigării și patiserii, tonomate de lapte etc.), magazine specializate (băcăni), inclusiv magazine/platforme online, cooperative și asociații de producători, diverse forme de CSA - Community Supported Agriculture (de exemplu, ASAT), piețe volante, food huburi, food truck-uri, târguri și evenimente cu profil gastronomic ș.a. Bineînțeles, la toate acestea o contribuție importantă a avut-o și creșterea veniturilor populației din ultima decadă, precum și implicarea directă a consumatorilor finali.

## Sectorul agroalimentar din județul Botoșani

Făcând o scanare generală a sectorului agroalimentar din județul Botoșani, se poate constata că acesta este puternic influențat de specificul zonei geografice, remarcându-se un potențial de dezvoltare al LAS-urilor. Referitor la sectorul agricol botoșănean, pot fi subliniate următoarele aspecte:

- Caracterul agrar al județului Botoșani este evidențiat de topul primelor 25 ferme care însumează 40.392 ha suprafață cultivată cu cereale și o cifra de afaceri cumulată de peste 417 milioane lei la nivelul anului 2019 (Tabel 1).
- Totalul unităților de origine animală și non-animală înregistrate ANSVSA Botoșani (2020) este de 3.712 unități.
- Existența unor branduri locale: usturoiul de Copălău, cașcavalul de Săveni, legumele din bazinele legumicole Săveni și Flămânzi, țuica și vinul de Rădeni, mierea de Frumușica, merele de Curtești și dulcețurile de pe malul Prutului.

- 21 piețe agroalimentare și 12 târguri/ festivaluri de profil agroalimentar.
- Creșterea bovinelor este recunoscută pentru producția de lapte și a preparatelor din lapte pe raza județului activând ferme mari, precum Five Continents din Răchiți, Lacto Solomonescu din Miron Costin sau Spicul 2 (deținător al mărcii Dorolact) cu distribuție regională/națională. Fermele mici/ microfermele își valorifică producția pe plan local, dar și în județele învecinate (de exemplu, Viofanny - cașcavalul de Săveni).
- 2 unități de fabricare a băuturilor alcoolice distilate și a alcoolului etilic de fermentație marca Voronskaya (SC Prodalcom SA – Vorona, SC Prodalcom Group SA – Botoșani), care totalizează o cifră de afaceri de 116,23 milioane lei, cu o rețea națională de distribuție.
- Creșterea ovinelor și prezența numeroaselor stâne de oi, distribuite relativ uniform pe întreg teritoriul județului. Acestea aprovizionează cu produse lactate o bună parte a populației rurale.
- Cultivarea legumelor de seră (salată verde, spanac, roșii, ceapă, castraveți ș.a.), în special în zona Săveni – Flămânzi existând o tradiție locală, micii producători fiind asociați într-o cooperativă agricolă și valorificându-și producția la poarta fermei, în piețele agroalimentare, aprovizare, magazine de proximitate sau prin livrare la consumatori.
- Salba de lacuri, râuri, iazuri și heleștee (Stânca-Costești, Luzoia, Loești, Prut, Volovât, Ripiceni) care aprovizionează piața locală cu pește/ produse din pește.
- Agricultură ecologică era reprezentată de 192 producători certificați în anul 2016.
- Apicultura este o veche îndeletnicire pentru micii producători, organizați îndeosebi sub forma P.F.A.-urilor și I.I.-urilor, o parte dintre apicultori mergând cu stupinele și în pastoral pe parcursul anului. În general, apicultorii își valorifică producția pe principiul LAS (la poarta fermei, în piețele agroalimentare, evenimente cu profil gastronomic, magazinele partenere, de-a lungul căilor de comunicație principale sau prin intermediul Social Media și chiar a magazinelor online).
- Produsele mănăstirești – nu au vizibilitatea regională precum produsele mănăstirești din județele Suceava, Neamț sau Iași, însă, pe plan local, sunt percepute de pelerini ca fiind produse de calitate (mănăstirile Agafton, Balș, Coșula, Cozancea, Doamnei, Gorovei, Guranda, Popăuți, Vorona, Sihăstria Voronei, Știubeni, Zosin și schiturile Oneaga și Sfântul Ioan de la Neamț - Hudești).

## Provocări rurale contemporane

Tabel 1. Lista principalilor actori din sectorul cerealier al județului Botoșani după suprafața cultivată și cifra de afaceri

Nr. crt.	Denumire firmă/ fermier	Suprafața cultivată (ha) <sup>1</sup>	Cifra de afaceri (milioane lei) <sup>2</sup>
1.	Agri PE SRL Frumușica	4.318,97	8,86
2.	Comcereal SA Botoșani	3.018,54	120,05
3.	Agromer SRL Sadoveni	2.775,33	6,12
4.	Byanca Plai SRL Dragalina	2.145,00	18,39
5.	Agraria Nord SRL	2.135,68	33,47
6.	Șoimii (Ferme) SRL	1.744,10	13,02
7.	Agromec Dragalina SA	1.719,72	14,73
8.	Sancos SRL Concești	1.640,20	36,95
9.	Arland SRL	1.527,99	14,12
10.	Gavril SRL Corlățeni	1.482,47	9,06
11.	Multiagra SRL Vlăsinești	1.437,79	11,45
12.	Agritotal SRL	1.381,00	8,16
13.	Cecapa SRL	1.374,70	7,50
14.	Proagro SA	1.350,45	71,01
15.	Alfa Bit SRL Plopenii Mari	1.330,48	16,74
16.	Nicvitib SRL	1.254,75	7,16
17.	Agromec Sulița SA	1.233,60	1,20
18.	Agroind Com SRL	1.141,26	6,09
19.	Darcom SRL	1.128,52	0,88
20.	Societatea agricolă Agromixt Darabani	1.081,58	4,41
21.	Viitorul Albești Cooperativă Agricolă	1.067,93	-
22.	Prutul Nord SRL	1.052,20	3,86
23.	Ferma Nordic SRL	1.020,04	2,96
24.	Mors Group DK SRL	1.017,90	1,16
25.	Ababei A Ghiorghe II	1.012,09	-

<sup>1</sup>(APIA Botoșani, 2016)

<sup>2</sup>(Lista Firme, 2020)

Analizând sectorul agroalimentar botoșănean, se constată faptul că producătorii autohtoni sunt, în principal, prezenți pe piața agroalimentară locală și regională, o pondere însemnată dintre aceștia reușind să-și valorifice producția prin intermediul LAS-urilor. Doar marii actori au deschidere și pe piața națională. Pentru a veni în sprijinul micilor producători locali și a promovării conceptului de LAS, în cadrul comunității botoșănene au apărut și diverse acțiuni de promovare a acestora. În acest sens, un bun exemplu îl constituie grupurile Facebook care promovează micii producători sau procesatori locali, alimentația sănătoasă și comerțul echitabil. Astfel, comunitățile virtuale create prin intermediul rețelei de socializare Facebook însumau, la nivelul anului 2020, peste 17.850 membri (Piața Alimentară Botoșani

Online - 4.900 membri; Produs în Botoșani – 1.400 membri; Cumpărați produse românești! Producători din Botoșani - 10.500 membri, Botoșani vrea produse locale naturale – 1.050 membri).

Pe baza datelor statistice furnizate de către ANSVSA Botoșani, la nivelul anului 2020, erau înregistrate un număr total de 3.712 unități de procesare/ prelucrare/ comercializare, din care 3.188 unități de procesare/prelucrare fiind de origine animală, iar 524 unități de procesare/prelucrare/comercializare de origine non-animală. O parte dintre aceste unități comercializează și sub LAS-urilor. Dintre cele de origine animală, amintim: 23 carmangerii, 59 măcelării, 1 centru de sacrificare păsări, 4 centre de colectare vânat sălbatic, 420 unități de prelucrare lapte integrat în cadrul exploatației, 15 unități de prelucrare a laptelui independent, un automat de vânzare a laptelui crud, 22 ambarcațiuni de pescuit, 32 pescării/ magazin de desfacere a peștelui, un centru de colectare a batracienilor, gasteropodelor, crustaceelor, 17 ferme de acvacultură, 202 stupine, 2 centre de extracție, colectare miere și alte produse apicole, 4 magazine de desfacere a mierii de albine și a altor produse apicole, 467 restaurante, indiferent de specific, 44 pizzerii, 99 cantine, 48 laboratoare de cofetărie, patiserie, 29 cofetării, 3 pensiuni turistice, 1.573 magazine alimentare, 30 supermarketuri/ hipermarketuri, 5 unități de vânzare prin internet, 44 puncte de vânzare mobilă, 21 depozite alimentare, 21 unități de catering și un punct gastronomic local. Din cadrul unităților de origine non-animală înregistrate ANSVSA fac parte: 26 unități de fabricarea prăjiturilor, a produselor proaspete de patiserie, 73 unități de fabricarea pâinii și produselor proaspete de patiserie (brutării, simigerii), 11 unități de fabricare a produselor de morărit (mori de grâu/porumb), o unitate de prelucrare și conservare a fructelor și legumelor, 5 unități de fabricare a sucurilor de fructe și legume, 10 unități de fabricarea uleiurilor și grăsimilor vegetale (presă de ulei), o unitate de prelucrare și conservare a cartofilor, 2 unități de fabricare a produselor din cacao, a ciocolatei și a produselor zaharoase, o unitate de fabricarea macaroanelor, pastelor făinoase, tăițelor, cușcușului și altor produse făinoase similare, 3 unități de fabricare a altor produse alimentare, 2 unități de fabricare a băuturilor alcoolice distilate și a alcoolului etilic de fermentație, o unitate de fabricare a vinurilor din struguri, o mini-fabrică de bere (artizanală), 3 unități de fabricare a înghețatei, 62 depozite de semințe de consum, 11 depozite de legume și fructe, 17 depozite de alte produse alimentare, 45 de unități de comerț cu ridicata, 224 unități de comerț cu amănuntul, exclusiv supermarketuri/ hipermarketuri, 2 restaurante, 11 unități de îmbuteliere, respectiv ambalare, o unitate pentru fabricarea cerealelor pentru micul dejun, o unitate de fabricare a produselor alimentare congelate, o unitate pentru producția, procesarea și comercializarea ciupercilor, 2 unități de comercializare a produselor alimentare de origine non-animală congelate și 7 unități automate de comercializare (ANSVSA Botoșani, 2020).

## **Valorificarea produselor locale din județul Botoșani**

Conform datelor furnizate de ANSVSA Botoșani la nivelul anului 2020, industria de morărit și panificație este reprezentată pe teritoriul județului Botoșani de cele 73 unități de fabricarea pâinii și produselor proaspete de patiserie (brutării, simigerii), 26 unități de fabricarea prăjiturilor, a produselor proaspete de patiserie, 48 laboratoare de cofetărie, patiserie, 29 cofetării, 11 unități de fabricare a produselor de morărit



(mori de grâu/porumb), o unitate de fabricare a macaroanelor, pastelor făinoase, tăițelor, cușcușului și altor produse făinoase similare, precum și o mini-fabrică de producere a cerealelor pentru micul dejun, SC Doma SRL, cu o cifră de afaceri de 8,12 milioane lei (2019). Merită amintită aici colaborarea dintre Doma SRL și Ferma Apicolă Marineac, producător local de miere și produse apicole. Menționăm că cei mai mulți dintre acești producători activează pe piața locală.

Liderul incontestabil al pieței de panificație, patiserie și cofetărie din județul Botoșani este SC Casa Pâinii SRL, cu o rețea de 25 magazine distribuite pe întreg teritoriul județului, o gamă diversificată de produse și o cifră de afaceri de 15,44 milioane lei, la nivelul anului 2019. Societatea s-a dezvoltat într-un ritm continuu, în 2006 construind fabrica de panificație cu o capacitate de 24 tone/zi (standarde HACCP), în 2008 investind într-un laborator de cofetărie (Casa Dulce), iar în 2014 dezvoltând și o linie de produse congelate (Casa Pâinii, 2020). De asemenea, o prezență bună pe piața locală dețin și Moldopan Concept Solutions SRL (12 magazine), Vatra Domnească SRL (10 magazine), Spicul 2 SRL (o prezență bună pe piața din Dorohoi, cu 4 magazine), SC Lival Import Export SRL, Panex Distribuție SRL (3 magazine), Prod Pan Moldova Bucovina SRL, SC Comar Cris SRL, Panaris SRL, Panagro SRL ș.a. Totodată, chiar dacă nu există o tradiție a brutăriilor artizanale, merită amintită brutăria artizanală Mons Mellis SRL (franciză), care deține și un magazin online și cu livrare la domiciliu și cu o prezență bună în social media (Facebook).

Analizând cele de mai sus, magazinele de producător/brutăriile sunt preferate de principalii actori ai industriei panificației, fiind specifice LAS-urilor, însă o bună parte a producției ajunge la consumatorii finali și prin intermediul magazinelor partenere sau chiar prin intermediul marilor lanțuri de retail de pe plan local. Marile firme de panificație sunt și principalii furnizori de produse de panificație din sectorul public local (spitale, grădinițe, școli sau cantine). În acest context, merită amintit faptul că și marile lanțuri de retail (Carrefour, Rewe, Lidl) dețin propriile brutării/patiserii care deservesc piața botoșăneană. Pe lângă acestea, există numeroase brutării/patiserii de cartier care oferă o gamă mai restrânsă de produse, dar la prețuri competitive.

Dacă în cazul unităților de fabricare a produselor de morărit se constată o răspândire relativ uniformă la nivel județean, brutăriile sunt răspândite neuniform, cele mai multe fiind localizate în Botoșani, Dorohoi și Darabani. Patiseriile, simigeriile, laboratoarele de cofetărie/ cofetăriile și plăcintăriile sunt localizate cu precădere în centrele urbane sau zonele cu trafic intens (marile centre comerciale, zona centrală a cartierelor, zona piețelor agroalimentare sau alte zone cu vad comercial). Pe piața simigeriilor, pe lângă cele de pe plan local, se pot distinge simigeriile Petru (SC Man Group SRL Piatra-Neamț), respectiv Luca (SC Tinervis Group SRL), cu câte 2 simigerii proprii în municipiul Botoșani.

Din totalul de 11 unități de fabricare a produselor de morărit (mori de grâu/porumb), printre cele mai importante amintim: Arini, Todireni, Doma și Marpas Eco. Totodată, merită amintite și cele 10 unități de fabricarea uleiurilor și grăsimilor vegetale (prese de ulei), după cifra de afaceri obținută cele mai importante fiind: SC Ferma Nordic SRL Bivolari și SC Natural Hemp Heart SRL.

Produsele de cofetărie-patiserie sunt apreciate pe piața locală, nu mai puțin de 77 laboratoare cofetărie-patiserie, cofetării și patiserii desfășurându-și activitatea în anul 2020. O bună vizibilitate pe piața locală este deținută de cofetăriile Panipan (SC Panipan SRL - 2 unități), Pan Moris (2 unități), Iorgos Impex (2 unități), Rida

(SC Rida Com SRL - 2 unități), Casa Pâinii (SC Casa Pâinii SRL, 2 unități), Mami (SC Cofetaria Mami SRL - 2 unități), Casa Dulce (SC Pastry Casa Dulce SRL), Papillon, J'Adore Choco, Oti – Atelier de dulciuri fine (SC Dolce Inimitabile SRL), Poem, Delis ș.a. Comenzile speciale sunt preluate telefonic, direct la sediul firmei sau online prin intermediul site-urilor proprii/ paginilor Facebook.

Cel mai competitiv sector agroalimentar este cel al laptelui și produselor lactate, pe piața județului Botoșani activând actori importanți. Conform datelor furnizate de ANSVSA Botoșani, la nivelul anului 2020 își desfășurau activitatea 15 centre de prelucrare a laptelui independent, 420 unități de prelucrare lapte integrat în cadrul exploatației și un automat de vânzare a laptelui crud. În mod deosebit, se distinge SC Five Continents Group SRL Răchiți, cu o cifră de afaceri de 69,8 milioane lei (2019), deținând magazine de producător la nivel regional (specifice LAS-urilor) și cu o distribuție națională prin magazinele partenere, inclusiv în marile lanțuri de retail (Five Continents, 2021).

Un alt producător important este SC Lacto-Solomonescu SRL Miron Costin, cu o cifră de afaceri de 49,6 milioane lei (2019) și care deține 4 magazine de producător doar în Botoșani, precum și la nivel regional. Compania este prezentă inclusiv în marile lanțuri de retail (Kaufland, Carrefour, Selgros, Metro sau Auchan). SC Lacto Solomonescu SRL este o companie 100% românească care continuă o tradiție de familie ce datează de două generații. Folosind o tehnologie automatizată de ultimă oră, Lacto Solomonescu are capacitatea de a produce zilnic 150.000 litri de lapte. Spațiile de producție ocupă o suprafață de 4.000 mp, iar întreaga activitate a firmei se desfășoară pe mai bine de 50.000mp (Lacto Solomonescu, 2021). Al treilea mare producător îl reprezintă SC Spicul 2 SRL Dorohoi, proprietar al brandului Dorolact, cu o cifră de afaceri de 46,9 milioane lei și care deține magazine de producător, colaborează cu magazine partenere, dar și cu supermarketuri/ hipermarketuri de pe piața locală (<http://www.spicul2.ro>, 2020).

Tot în sectorul lactatelor activează și firme mai mici, precum SC Viofanny Lact Prodcum SRL Săveni care are în portofoliu cinci produse atestate tradițional, inclusiv binecunoscutul Cașcaval de Săveni, deține 2 magazine de producător (Botoșani și Suceava) și valorifică producția îndeosebi în județele Botoșani, Bacău, Iași și Suceava prin magazine partenere, în rețeaua HoReCa, dar și pe piața lanțurilor de retail. Totodată, merită subliniată și colaborarea cu platforma online [www.roadesimerinde.ro](http://www.roadesimerinde.ro) și prezența constantă la târgurile/ festivalurile de profil agroalimentar (instrumente specifice LAS-urilor).

O vizibilitate bună pe piața locală o are și SC Elly Food Tradițional SRL Flămânzi, deținător al brandului Elly având deschise 4 magazine proprii în Botoșani, Iași și Piatra-Neamț, diverse colaborări cu magazine partenere la nivel regional, iar de curând reușind să penetreze și lanțurile de retail Carrefour și Auchan. De asemenea, firma deține și un magazin online propriu și efectuează livrări la domiciliu, un aspect specific LAS-urilor (<https://www.ellyfood.ro>, 2021). Livrările directe la domiciliu sunt privite ca o soluție viabilă și de Dibaciul, alături de comercializarea prin intermediul magazinelor partenere: carmangeria Raffaello sau brutăria artizanală Mons Mellis.

Printre firmele care dețin magazine de producător, amintim și de SC Vlășie Company SRL (3 magazine, producător și de Cașcaval de Săveni), SC Ram SRL Dorohoi (2 magazine), respectiv SC Cicos SRL Dorohoi (un magazin). În rest,

mai există mici producători locali care își valorifică producția pe plan local prin intermediul magazinelor partenere: General Suhardo Com SRL Pălteniș, Milk SRL, Lacto Comintex SRL Botoșani, Prislact SRL Flămânzi, Lactomac SRL Bucecea, Gerard SRL Coțușca, Brehulact SRL Brehuiești, Genys Company SRL Botoșani ș.a.

Demn de menționat este faptul că 6 dintre producătorii/ procesatorii locali (Viofanny Lact Prodcom, Vlășie Company, Favis, Cicos, Gerard Company, Genys Company) au constituit Asociația producătorilor „Cașcavalul de Săveni” în vederea creșterii vizibilității produsului atestat tradițional pe piață. Astfel, la nivelul anului 2020, produsul era comercializat inclusiv în lanțurile de retail Mega Image și Auchan, inclusiv pe Emag, cea mai mare platformă românească de vânzări online. Produsul Cașcaval de Săveni este un brand al asociației, oricare dintre membri putând să-l producă și să-l comercializeze, fiind un produs atestat tradițional și cu indicație geografică protejată național (Știri Agricole, 2015).

În ceea ce privește industria cărnii, conform datelor furnizate de ANSVSA Botoșani, la nivelul anului 2020 își desfășurau activitatea 23 carmangerii, 59 măcelării, un centru de sacrificare a păsărilor și 4 centre de colectare vânat sălbatic. Carmangeriile și măcelăriile, specifice LAS-urilor, sunt localizate îndeosebi în zona piețelor centrale sau zonele centrale cu vad comercial din orașele Botoșani, Dorohoi și Darabani. În acest context, merită amintit producătorul și procesatorul SC Sagrod SRL Darabani cu o cifră de afaceri 78,3 milioane lei pe anul 2019. Abatorul este localizat în Darabani, iar cele 28 magazine de producător Sagrod (carmangerii, măcelării) au o acoperire regională (Darabani, Dorohoi, Botoșani, Iași, Bacău, Comănești, Moinești și Suceava), distribuția fiind efectuată de distribuitori parteneri.

Totodată, la nivelul județului Botoșani merită amintită prezența abatoarelor specializate pe carne de vită, porc și oaie. SC Doly Com Distribuție SRL, cu o cifră de afaceri de 260,4 milioane lei și o distribuție națională, are în proprietate un abator în localitatea Roma și deține următoarele mărci proprii: Carpathian Beef, Kravys, Chef de Grill, Chef de Gătit și Ospăț Vânătoresc (produse din vită, porc, oaie, cal) (Carpathian Beef, 2020). Complementar, merită a fi menționate și abatoarele deținute de SC Abatorro Beef Trading Srl Botoșani (cifra de afaceri: 9,2 milioane lei), SC Samcom Meat SRL Cătămărăști Deal (cifra de afaceri: 3,5 milioane lei) și SC Dadycom SRL, care livrează la nivel local/ regional/ național cu logistică proprie sau prin distribuitori parteneri.

Referitor la carmangerii, o imagine bună pe piața locală o are și carmangeria Stejarul SRL Baisa, cu o cifră de afaceri de 2,8 milioane lei și care deține 2 magazine în municipiul Botoșani și un magazin de fabrică în Baisa. Se remarcă o prezență activă și pe pagina proprie Facebook (Carmangeria Stejarul), care include și un magazin online. De asemenea, SC Raffaello SRL deține o carmangerie în Gulioaia și colaborează cu magazine partenere de pe plan local, dar onorează și comenzi online cu livrare la domiciliu pe întreg teritoriul județului Botoșani, prin intermediul paginii personale Facebook (Preparate de carne - Raffaello Botosani).

Alte carmangerii/ măcelării prezente pe piața locală botoșăneană sunt: SC Median SRL - o carmangerie și 3 măcelării, SC Impex Dona SRL - 2 magazine, SC Macelarul Satului SRL - un magazin în Botoșani, SC Gecor Group GL SRL - un magazin în Botoșani, axat pe carne de pasăre, SC Vicol Ivanov SRL - un magazin în Botoșani, SC Matei SRL - o carmangerie și 2 măcelării în Botoșani, SC Super Splendit SRL - un magazin în Dorohoi, SC Carmaris Marioara SRL - un magazin în

Dorohoi, SC Roger SRL - 2 măcelării în Botoșani și Dorohoi, SC La Cătălin SRL - 2 magazine în rețeaua Kaufland și Carrefour din Botoșani și un food truck în Orășeni sau Casa Bunicii Sadova, cu o prezență constantă la târgurile de profil agroalimentar și care livrează direct la domiciliu.

Complementar, există mai mulți producători de produse alimentare din județele învecinate care își comercializează marfa îndeosebi în municipiul Botoșani prin intermediul magazinelor proprii/ partenere (inclusiv în rețeaua de supermarketuri/ hipermarketuri). Dintre cei mai importanți actori, amintim: Fermador (Podu Iloaiei), Kosarom (Pașcani), Marcel (Răchiteni) - 2 magazine, Killer (Horodnic de Jos) - 2 magazine (asociat cu producătorul de lactate Laktotrio Fălticeni), Raitar (Sasca Nouă) - 2 magazine, Superstar (Rădăuți) - 2 magazine, Gecor Grup, Biohervi (Bacău) ș.a.

Bineînțeles, trebuie amintite și măcelăriile din cadrul marilor lanțuri de retail (supermarketuri/hipermarketuri) care deserveșc piața botoșăneană, chiar dacă nu sunt specifice LAS-urilor (Carrefour - 2 unități, Profi - 17 unități, Kaufland - 2 unități, Rewe Romania (3), Lidl (3)).

În domeniul acvaculturii, conform ANSVSA Botoșani la nivelul anului 2020, își desfășurau activitatea un centru de colectare a batracienilor, gasteropodelor, crustaceelor, 17 ferme de acvacultură distribuite relativ uniform pe teritoriul județului și 32 pescării, din care cele mai multe erau amplasate în municipiul Botoșani (17), Manoleasa (5), Dorohoi (2), Darabani (2), Ripiceni (2), Flămânzi (2). Ca infrastructură specifică erau înregistrate 22 ambarcațiuni de pescuit și 6 puncte de debarcare. Lacurile, heleșteele, iazurile și bălțile ocupau, în anul 2014, o suprafață totală 13.797 ha din teritoriul județului (Institutul Național de Statistică, 2021).

În municipiul Botoșani, pescăriile sunt amplasate îndeosebi în piețele agroalimentare și împrejurimile acestora (Piața Centrală, Viilor, Obor) sau în centrele de cartier. Fermele de acvacultură și pescăriile sunt deținute de producători locali de pește, precum: SC Piscicola SA - 4 pescării, o fermă de acvacultură, un punct de vânzare mobil; SC Pirania SRL - 4 ferme de acvacultură; SC Năvodul Star SRL - 2 pescării și 3 ferme de acvacultură; SC Gema SRL - 2 pescării și o fermă de acvacultură; SC Moldfish SRL - o pescărie și un centru de colectare a batracienilor; SC Mila Fish SRL - 2 ferme de acvacultură; SC Impex Dona SRL - o pescărie și o fermă de acvacultură; SC DASSM SRL - o pescărie și o fermă de acvacultură; II Baltă Constantin - 2 pescării; Pescăria Centru SRL sau Pescăria Allesio SRL (cu livrare la domiciliu). Peștele și produsele din pește comercializate sunt în mare parte de proveniență locală/ românească (crap, șalău, somn, novac, avat, știucă, biban, caras, păstrăv).

Totodată, merită amintită și păstrăvăria din Orășeni Deal, singura de pe raza județului, care deține și un restaurant cu specific pescăresc.

În ceea ce privește sectorul apicol, se constată faptul că pe teritoriul județului Botoșani există o tradiție apicolă. Conform ANSVSA Botoșani, în anul 2020 erau înregistrate 2 centre de extracție, colectare miere și alte produse apicole, 4 magazine apicole și 202 stupine (organizate îndeosebi sub forma I.I./ P.F.A.-urilor), o bună parte dintre acestea valorificându-și producția prin intermediul circuitelor scurte (la poarta fermei, piețe agroalimentare, pagini/ grupuri Facebook, magazine partenere, recomandări, diverse târguri și festivaluri etc.). În localitățile Dorohoi și Mihai Eminescu sunt organizate anual 2 târguri de profil apicol, care adună laolaltă o bună parte dintre apicultorii locali. Cele 4 magazine apicole sunt localizate în municipiile

Botoșani (SC Apicola SRL, SC Apis Imperium Group SRL și I.I. Reus Tiberiu Traian) și Dorohoi (I.I. Ostafi Marinela). Din păcate, puțini producători apicoli reușesc să se promoveze în mediul online prin intermediul site-urilor proprii, un bun exemplu în acest sens fiind Ferma Apicolă Marineac (<https://mieremarineac.ro>) și SC Apis Imperium Group SRL (<https://mellevitae.ro>). Merită amintit și parteneriatul mărcii Mellevitae cu cel mai mare magazin online, Emag.ro. În schimb, apicultorii reușesc să obțină o vizibilitate mai bună și mult mai facilă pe piața locală prin intermediul social media, în special prin paginile de Facebook (M Delicii, Stup Yna, Don Apis BT, Miere de Cordăreni, Miere de albine Botoșani, Miere de albine, Stupina din Corni, Stupina Veselă, Stupina Strungaru Botoșani ș.a.) sau pe grupuri Facebook (Produsinbotosani, Piata Alimentara Botosani Online, Market Botosani, Botoșani vrea produse locale naturale, Cumparati produse romanesti! Producatori din Botosani ș.a).

Sectorul legumicol este destul de bine reprezentat, principalii furnizori de legume provenind din bazinele legumicole Săveni și Flămânzi, producția fiind valorificată angro prin depozite de legume-fructe, magazine/ aprozare partenerie, lanțuri de retail de pe plan local) sau cu amănuntul la poarta fermei, de-a lungul drumurilor principale (de exemplu, usturoiul în Copălău, legumele de seră în Săveni sau Flămânzi), în piețele agroalimentare, târgurile de profil sau, mai recent, chiar prin livrare directă la consumatori. În timpul sezonului de vârf, atunci când stocurile sunt mari, legumicultorii locali apelează direct la angrosiștii din județele Botoșani, Iași, Suceava sau Neamț.

De altfel, accesul în piețele agroalimentare mari încă constituie o problemă cu care se confruntă legumicultorii locali, acestea fiind dominate de intermediari. Din acest motiv, ei sunt nevoiți să identifice noi filiere de distribuție a mărfii specifice LAS-urilor. Totuși, există și producători care comercializează în Piața Centrală din Botoșani, precum Cristian și Constantin Aniculăiesei din Hudum sau Mihai Ailenei din Bălușeni, beneficiari ai Programului Tomata.

Un rol deosebit de important în facilitarea accesului legumicultorilor locali în lanțurile de retail și magazinele partenerie de pe plan local l-a constituit înființarea Cooperativei Agricole Legumele Săvinenilor, în anul 2017 (Legumele Săvinenilor Cooperativa Agricolă, 2020). În anul 2018, cooperativa era constituită din 15 membri care dețineau 9 hectare de solarii și 60 de hectare de legume în câmp. În același an cooperativa a implementat în cadrul Submăsurii 16.4, un proiect în valoare de 100.000 euro, prin care a fost achiziționată o autoutilitară care să faciliteze aprovizionarea piețelor din Botoșani, Săveni și Dorohoi (Agro TV, 2018). Pe viitor, cooperativa și-a propus și deschiderea unor magazine proprii, pentru a facilita accesul membrilor pe piața locală, prin accesarea fondurilor dedicate promovării și dezvoltării LAS-urilor, așa cum a fost Submăsura 16.4 din cadrul PNDR 2014-2020.

Un loc aparte în sectorul legumicol îl ocupă usturoiul de Copălău, un adevărat brand local și regional. Pe raza comunei Copălău, se cultivă peste 100 de hectare de usturoi, 40% din gospodăria deținând măcar o parcelă cu acest soi, renumit pentru calitățile sale deosebite. Din acest motiv, comuna este apreciată ca fiind "patria usturoiului". Conform Direcției Agricole Județene Botoșani, se lucrează la acreditarea usturoiului de Copălău ca denumire cu origine protejată la nivel european (Agrointel.ro, 2020). Un sprijin real pentru cultivatorii de usturoi a venit odată cu lansarea Programului Usturoiul 2019, prin care statul a acordat un sprijin financiar

de maxim 3.000 de euro pentru fiecare hectar cultivat. În județul Botoșani, 40 de producători cu 32 de hectare cultivate s-au înscris în Programul Usturoiul (Radio România, 2019).

Printre exemplele care respectă principiile LAS se numără și următorii legumicultori:

- Grădina Dăscăleanu din Săveni, care comercializează diverse legume, răsaduri de legume și flori. Marfa este valorificată în piața agroalimentară din Săveni, la poarta fermei, la târgurile de profil, pe timpul pandemiei COVID-19 efectuând și livrări la domiciliu. Comenzile sunt onorate online/telefonice prin intermediul paginii Facebook (Grădina Dăscăleanu Săveni, 2020).
- Solarii Văculești se numără și ei printre susținătorii LAS-ului, comercializând diverse legume la poarta fermei, în piața agroalimentară, dar și prin intermediul aprozarelor și magazinelor partenere. Promovarea și onorarea comenzilor se face și pe pagina personală Facebook (Solarii Văculești, 2020).
- Legume Petricani - Știubeni își valorifică legumele și răsadurile, în principal, la poarta fermei și în piața agroalimentară din Săveni, promovarea făcându-se și prin intermediul paginii personale Facebook (Legume Petricani Știubeni, 2020).
- Roșia Uriașă din Flămânzi este alcătuită dintr-o familie inimoasă de legumicultori tineri care își valorifică producția de roșii, bulion, suc de roșii, în principal, la poarta fermei și prin livrare directă la domiciliul clientului. Comenzile sunt onorate online via pagina Facebook sau telefonic, livrările acoperind județele Botoșani și Iași (Roșia Uriașă, 2020).
- Dulgheriu Cătălin, producător din Copălău, cultivă aproximativ 3 ha de usturoi. Este beneficiar al Programului Usturoiul 2019, iar producția o comercializează îndeosebi la poarta fermei, direct angroșiștilor sau prin intermediul paginii personale Facebook Usturoi românesc de Copălău.

Totodată, conform ANSVSA Botoșani, în anul 2020 își desfășurau activitatea 11 depozite de legume și fructe localizate în Botoșani, Dorohoi, Darabani, Curtești, Blândești, Mihai Eminescu și Șendriceni, o unitate de prelucrare și conservare a cartofilor (SC Pag SRL Cucorăni) și o unitate de producere și procesare a ciupercilor.

În ceea ce privește sectorul fructelor, se poate afirma că este mai puțin dezvoltat și dificil de cuantificat amploarea acestuia. În general, producătorii și procesorii locali de fructe își valorifică produsele la depozitele de fructe și legume, direct angroșiștilor, în piețele agroalimentare, la poarta fermei, de-a lungul drumurilor principale (merele de Curtești), prin asociație/cooperativă, aprozarele, magazinele partenere, la târgurile de profil sau chiar livrări (prin comenzi online/telefonice).

Din categoria fructelor, merele de Curtești reprezintă cel mai apreciat brand local. Marile suprafețe de livezi de măr din zona Curtești încă aprovizionează o parte din populația botoșăneană. Merită amintit faptul că, în această zonă, în perioada comunistă, a fost înființată o plantație de meri de aproximativ 400 ha, din care în momentul de față mai există mai puțin de 60 ha. Doar câțiva pomicultori rămași în activitate au reușit să mențină vie tradiția și să promoveze brandul merelor de Curtești. Cosmin Huțanu, unul dintre tinerii antreprenori din zonă, a moștenit de la părinții săi o fermă de 10 ha pe care a modernizat-o în ultimii ani, inclusiv prin

întinerirea plantației și construirea unui depozit, reușind astfel să comercializeze pe o perioadă mai lungă de timp (octombrie-martie) (Zamfirache, 2017). S-au păstrat aceleași soiuri care erau și înainte de anii '90 (Golden, Starkrimson, Florina și Jonathan), consumatorii locali/ regionali fiind educați cu aceste soiuri. Cea mai mare parte a producției reușește să o valorifice la depozitele de fructe și legume și angroșiștilor.

În anul 2008 a fost înființată Asociația Grupul de Producători Mere Curtești cu scopul de a promova producătorii de mere și a facilita accesul lor pe piața locală/regională. Din păcate, pomicultorii din zonă nu au reușit să se organizeze pentru dezvoltarea unei infrastructuri specifice (construirea de depozite frigorifice), neputând valorifica producția decât într-o perioadă scurtă de timp.

În acest context, merită menționată și Cooperativa Agricolă de Fructe și Legume Frumușica, înființată în anul 2008, care la nivelul anului 2012 însuma 150 de membri, cei mai mulți dintre producători fiind din Iași și Botoșani. Cooperativa a reușit la acea vreme să înregistreze patru produse tradiționale: Țuica de Rădeni, Vinul Alb de Rădeni, Vinul Roșu de Rădeni și Mierea de Frumușica. Din păcate, în momentul de față aceste forme de asociere nu mai figurează ca fiind la fel de active.

Un bun exemplu de producător/ procesator care își valorifică producția prin intermediul LAS-urilor îl constituie brandul Deliciul Mihaelei, care administrează o plantație de trandafiri (*Rosa Damascena*) și comercializează dulceață de trandafiri, miere de trandafiri, ceai de trandafiri, apă de trandafiri și oțet de trandafiri). Dulceața de trandafiri este atestată tradițional din anul 2016, iar în anul 2020 producătorul reușind să-și extindă portofoliul cu încă 2 produse certificate tradițional: siropul de trandafiri și oțetul de trandafiri Deliciul Mihaelei (Deliciul Mihaelei, 2021). Valorificarea se face prin intermediul magazinului online <https://deliciulmihaelei.ro>, magazinele partenere din țară (7 magazine în Iași, 6 magazine în București, respectiv câte unul în Botoșani, Roman, Bacău și Brașov), platformele online specializate în promovarea producătorilor locali <https://www.roadesimerinde.ro> și <https://malltaranesc.ro>, participare la târguri de profil (Indagra) sau comenzi online prin intermediul paginii Facebook.

Printre exemplele care respectă principiile LAS se numără și următorii producători locali:

- Moldavian Greenhouses SRL din Dorohoi reprezintă singurul producător de sucuri naturale de aronia din județul Botoșani. Este valorificat pe piață sub marca Suc de aronia, obținut prin presare la rece și pasteurizat la temperatura de 80°C, fără adaos de zahăr, apă sau conservanți. Firma deservește piața locală la poarta fermei, prin livrări directe la consumator și prin intermediul magazinelor partenere (de exemplu, Magazinul Naturist Zimbru din Botoșani, Super Splendid), însă onorează și comenzi online (pagina personală Facebook) prin firmele de curierat pe întreg teritoriul țării (Moldavian Greenhouses, 2020). De curând, sunt efectuate livrări și în municipiul Iași prin intermediul unui partener local. În timpul culesului (luna august), fructele pot fi achiziționate și în stare proaspătă de la poarta fermei sau la magazinele partenere.
- Business Management Company SRL din Cucorăni, producător de sucuri naturale, este deținătorul mărcii Heilo. Distribuția se face îndeosebi pe plan local, prin intermediul magazinelor partenere și rețeaua Horeca. Totodată,

firma onorează comenzi via Facebook și efectuează livrări la domiciliu (Heilo – Suc natural, 2020). Produsele comercializate sunt sucurile naturale din mere, pere, mere și struguri, mere și pere, mere și struguri, mere și morcovi, mere și sfeclă roșie, țelină și ghimbir. Ambalajele sunt de tipul bag-in-box – 3 litri și sticle de 0.33 litri.

- Fructe Vesele SRL din Concești comercializează suc de mere, suc de măr și morcov, suc de sfeclă roșie și morcov, suc de măr, morcov și sfeclă roșie, ambalate în bag-in-box de 3 litri. Cea mai mare parte a producției este valorificată prin intermediul paginii personale Facebook și a magazinelor partenere de pe plan local (Fructe Vesele, 2020).
- Răsfățuri din Cămară din Flămânzi este un mic procesator artizanal care își răsfăță clienții cu diverse tipuri de dulceață, sirop și șerbet. Din categoria dulcețurilor, amintim: coacăze roșii, agrișe, ardei iute, portocale și mandarine, pere și smochine, soc, gutui, zmeură și gogonele. Siropurile de mentă, ghimbir, lavandă, porumbele și cătină sunt și ele apreciate de consumatori, însă șerbeturile (afine, migdale, cătină, mentă, zmeură, coacăze) sunt cele mai comercializate, fiind printre puținii producători de șerbet pe plan local. Cea mai mare parte a producției este comercializată online prin intermediul paginii Facebook, comenzile preluându-se prin email/ telefonic (Răsfățuri din Cămară, 2020).
- Cătina de Brăești - afacerea cu cătină albă pornită de Mihai Manoilă este localizată pe dealurile din zona comunei Brăești, producătorul fiind mândru că a reușit să creeze un brand local pornind de la această cultură de nișă pe o suprafață de 0,80 ha. Principalele produse comercializate sunt cătină albă congelată, sirop de cătină cu miere de albine, tinctură din fructe sau scoarță de cătină, ulei de cătină, dulceață și gem de cătină, ceai din frunze de cătină (Zdupeș, 2020).

La categoria băuturilor alcoolice distilate și a alcoolului etilic de fermentație, se remarcă 2 unități, SC Prodalcom SA – Vorona, respectiv SC Prodalcom Group SA – Botoșani, care totalizează o cifră de afaceri de 116,23 milioane lei (2019), având o rețea națională de distribuție, inclusiv la nivelul marilor lanțuri de retail și sectorul HoReCa (Voronkaya, 2020). Totodată, merită amintită și berăria artizanală Authentica din Răchiți care produce trei sortimente: Blondă, Amber și IPA (India Pale Ale). Authentica este o bere artizanală produsă în cantități limitate, ce conține doar ingrediente naturale de înaltă calitate, fără conservanți și aditivi. Este distribuită în rețeaua Horeca de pe plan local, prin magazinele partenere, precum și prin intermediul propriului site online (Authentica, 2020). Doar o singură unitate de fabricare a vinului de struguri (I.I. Huțanu Eugen din Frumușica) era înregistrată la ANSVSA Botoșani. Un bun exemplu de promovare a producătorilor locali și a LAS-urilor din județul Botoșani îl constituie dezvoltarea platformei online Produs în Botoșani (<https://produsinbotosani.ro>). Site-ul a fost implementat în anul 2020 de echipele WebEmotion și Yeti Logistic, cu rolul de a pune în legătură producătorii locali din județul Botoșani cu potențialii consumatori din proximitatea acestora. Această interfață a fost dezvoltată la propunerea Direcției pentru Agricultură Județeană Botoșani, cu scopul de a veni în sprijinul producătorilor botoșăneni cu facilități de desfacere a produselor proaspete, adaptate contextului actual generat de pandemia Covid-19, când mobilitatea persoanelor a fost mult restricționată (Produs în Botoșani, 2020). Pe platformă, regăsim legume, produse din lapte și carne,



produse apicole, fructe, sucuri naturale, produse din pește, produse de panificație și paste făinoase, flori și răsaduri, toate fiind produse pe raza județului Botoșani. Până în momentul de față, sunt înregistrați 12 producători locali: Casa Pâinii, Ferma Apicolă Marineac, Lacto Solomonescu, Viofanny Săveni, Grădina Dăscăleanu, Mihaela Ascurtulesei II, Cozonac Domnesc, Casa Bunicii, Deliciul Mihaelei, Don Apis, Heilo – Sucuri Naturale, Produse de Copălău. Astfel, platforma oferă un contact direct cu producătorii, consumatorii finali putând comanda telefonic pentru livrări directe la domiciliu sau cu ridicarea produselor de la punctele de desfacere ale acestora. Produs în Botoșani este promovată și pe Facebook, având peste 1.500 de urmăritori.

În ceea ce privește valorificarea producției locale prin utilizarea canalelor Social Media, se constată o creștere a prezenței producătorilor, îndeosebi pe grupurile Facebook sau pe paginile Facebook personale. Din păcate, nu toți producătorii și procesatorii prezenți pe aceste grupuri sunt autorizați pentru producerea și comercializarea de produse agroalimentare, această situație nefiind tolerată de o bună parte dintre consumatorii finali.

Dintre cele mai importante grupuri Facebook dedicate promovării producătorilor/procesatorilor botoșăneni, amintim:

- Cumpărați produse românești! Producători din Botoșani (10.500 membri): <https://www.facebook.com/groups/3846835498675014>
- Piața Alimentara Botosani Online (4.900 membri): <https://www.facebook.com/groups/204849590812913/>
- Produse agroalimentare Botoșani. Cumpără și vinde local! (2.100 membri): <https://www.facebook.com/groups/2044426015682547>
- Botoșani vrea produse locale naturale (1.100 membri): <https://www.facebook.com/groups/273769226447622>
- Market Botoșani (37.000 membri): <https://www.facebook.com/groups/marketbotosani>

Consiliile Locale, Consiliul Județean Botoșani, Direcția pentru Agricultură a Județului Botoșani, precum și alte entități publice/private sunt implicate în mod constant în organizarea celor 21 piețe agroalimentare, precum și a numeroase târguri și evenimente de promovare a producătorilor agroalimentari locali. Astfel, în municipiul Botoșani există 3 piețe agroalimentare - Piața Centrală, Piața Primăverii, Obor și un târg de promovare a produselor românești; în municipiul Dorohoi - 2 piețe agroalimentare (Piața Centrală și Plevna), un târg – obor, un târg apicol și un festival al tradițiilor meșteșugărești; Darabani – o piață agroalimentară și un târg tip iarmaroc; Bucecea – piață agroalimentară; Flămânzi – un târg de promovare a peștelui; Săveni – piață agroalimentară; Ștefănești – piață agroalimentară; Albești – piață agroalimentară și „Festivalul Mierea de aur”; Blândești – piață agroalimentară; Călărași – piață agroalimentară; Copălău – „Festivalul Usturoiului”; Coțușca – piață agroalimentară; Curtești – „Festivalul Mărului”; Dersca – piață agroalimentară; Mihai Eminescu – un târg apicol; Sulița - piață agroalimentară; Stăuceni – „Festivalul Plăcintelor”; Trușești – piață agroalimentară; Tudora – piață agroalimentară; Ungureni - piață agroalimentară; Tudoreni - piață agroalimentară; Vârfu Câmpului - piață agroalimentară și „Festivalul Ziua Recoltei”; Vlăsinești – „Festivalul Vinului”; Vorona - piață agroalimentară, Târgul Meșterilor Populari și „Festivalul Moștenite din bătrâni” (Consiliul Județean Botoșani, 2020). Piețele agroalimentare sunt deschise zilnic în municipii/orașe și săptămânal în zonele rurale.

Referitor la accesarea fondurilor europene din cadrul PNDR 2014-2020, prin intermediul Submăsurii 16.4 dedicată promovării și dezvoltării lanțurilor scurte de aprovizionare, 3 beneficiari de pe raza județului Botoșani au reușit să depună proiecte: SC General Suhardo SRL – ”Comercializarea și promovarea produselor tradiționale Suhardo prin intermediul lanțului scurt de aprovizionare”, Legumele Săvinenilor Cooperativa Agricolă – ”Legumele Săvinenilor în piețele din județul Botoșani” și Apis Bio Land Cooperativa Agricolă – ”Dezvoltarea și promovarea produselor apicole bio din com. Păltiniș, jud. Botoșani” (AFIR, 2020).

Noul Plan Național Strategic, din perioada 2021-2027, își propune să faciliteze accesul micilor fermieri/ procesatori la fondurile europene și să promoveze/dezvolte conceptul de LAS. De asemenea, Strategia From Farm to Fork reprezintă o provocare majoră a Uniunii Europene în noul program Green Deal (Comisia Europeană, 2019). Această strategie va contribui la realizarea unei economii circulare – de la producție direct la consum, specifică LAS-urilor.

## Concluzii

Pe plan mondial, pe timpul crizei Covid-19, au apărut numeroase inițiative pentru promovarea producției locale și a dezvoltării LAS-urilor, pe fondul interesului tot mai crescut al consumatorilor față de acestea. Conform unui studiu recent publicat de FAO, este subliniată necesitatea înființării/ îmbunătățirii piețelor agroalimentare locale, dar și a promovării comerțului online pentru îmbunătățirea relației producător - consumator. Este amintită, de asemenea, crearea de facilități de depozitare la nivel local pentru a ușura accesul consumatorilor la rezervele de alimente în cazul unor situații de urgență (FAO, 2020).

În contextul actual din România, doar modelul convențional al producției agricole nu este suficient pentru atingerea obiectivelor dezvoltării sustenabile. Este imperios necesară crearea de sisteme agricole alternative, care presupun dezvoltarea lanțurilor valorice locale/regionale (Tregear et al., 2007). LAS-urile par a fi conectate mai bine la circularitate și sustenabilitatea mediului înconjurător (transport, metoda de producție, emisii de dioxid de carbon), sănătate, calitatea alimentelor, comportamentul consumatorilor, relația directă producător – consumator și economie locală (Kiss et al., 2019). Din păcate însă, acești factori nu pot fi generalizați pe toate tipurile de LAS-uri.

Așadar, deși literatura revizuită tinde să fie de acord cu privire la beneficiile economice și sociale ale LAS-urilor, impactul legat de mediu și sustenabilitate determină de obicei rezultate mai eterogene, în timp ce beneficiile de sănătate/ nutriție sunt încă insuficient analizate (Chiffolleau și Dourian, 2020).

Criza Covid-19 a făcut ca anul 2020 să fie aparte pentru sectorul alimentar, remarcându-se un trend al consumatorilor români de reconsiderare a opțiunilor de achiziție a produselor alimentare (Butu et al., 2020), fapt care a determinat reorientarea consumatorilor spre o alimentație mai sănătoasă provenită adesea de la producători locali prin intermediul LAS-urilor. Inclusiv în rândul hipermarketurilor/ supermarketurilor se constată nevoia de adaptare pe piața românească și reconectarea consumatorilor cu producătorii autohtoni, ponderea produselor românești pe rafturile marilor retaileri fiind în creștere.

Făcând o scanare generală a sectorului agroalimentar, puternic influențat de specificul zonei geografice, se poate remarca un potențial de dezvoltare al LAS-urilor pe raza județului Botoșani. Conform ANSVSA Botoșani, la nivelul anului 2020, erau înregistrate 3.188 unități de procesare/prelucrare de origine animală și 524 unități de procesare/prelucrare/comercializare de origine non-animală, multe dintre acestea utilizând diverse forme de comercializare specifice circuitelor scurte. Noile forme pe care le îmbracă acestea, chiar și la nivelul județului Botoșani, vin în întâmpinarea nevoilor actuale ale consumatorilor finali: magazine de producător atractive, livrare directă la domiciliu, magazine specializate, magazine online proprii, platforme online, promovare prin Social Media (în special, Facebook), food truck-uri, diverse evenimente de profil agroalimentar (organizarea celor din urmă fiind, în general, afectată de pandemia Covid-19). Viitorul acestora depinde, în mare măsură, de capacitatea de adaptare a producătorilor/ procesatorilor la condițiile actuale ale pieței, dar și de spiritul de solidaritate al comunității locale față de aceștia.

Reziliența producătorilor locali, care implică robustețe, adaptabilitate și transformabilitate, depinde în mare măsură și de dezvoltarea LAS-urilor și adaptarea lor permanentă la cerințele consumatorilor finali. Cu atât mai mult, anumite tipologii de LAS-uri (de exemplu, livrările direct de la producător la consumatorul final) s-au adaptat bine contextului actual generat de pandemia Covid-19, când mobilitatea persoanelor a fost mult restricționată, acestea fiind privite de unii consumatori finali drept soluție eficientă de aprovizionare, mai ales pe perioada stării de urgență (martie – mai 2020). Așadar, contribuția LAS-urilor la reziliența sistemelor alimentare a devenit relevantă în contextul crizei Covid-19: chiar dacă lanțurile globale au rezistat acestui șoc neprevăzut, vulnerabilitățile au fost evidențiate (de exemplu, dependență ridicată de infrastructură logistică și de forța de muncă angajată sezonier, printre altele) (Chiffolleau și Dourian, 2020).

Lanțurile de aprovizionare pot coexista pe piață, oferind opțiuni care pot aduce beneficii producătorilor, creând totodată posibilitatea de a alege dintr-o piață alimentară complexă, care să satisfacă așteptările, și nevoile societale ale diferiților consumatori (Malak-Rawlikowska et al., 2019). În opinia noastră, filosofia de dezvoltare a agroeconomiei locale trebuie să se schimbe: agricultura convențională și agricultura alternativă trebuie să coexiste, fără ca niciuna dintre cele două părți să aibă de suferit. Modificările care ar putea fi făcute trebuie să fie adaptate la realitatea locală, la nevoile micilor producători și la criza Covid-19, care a accentuat nivelul de sărăcie și a evidențiat importanța economiei locale și a unui sistem alimentar local, diversificat și rezilient. Lanțurile care interconectează producătorii și consumatorii finali trebuie integrate într-un ecosistem socio-economic cu baze durabile și sustenabile, iar piața agroalimentară locală a județului Botoșani va trebui să se adapteze noilor cerințe.

## Bibliografie

- Agenția de Plăți și Intervenție pentru Agricultură Botoșani (APIA). (2020). Suprafețe cultivate, unități cu personalitate juridică - județul Botoșani. <http://www.apia.org.ro/ro/centre-judetene-apia/botosani>
- Agenția pentru Finanțarea Investițiilor Rurale (AFIR). (2020). Open Data - Submăsura 16.4, Botoșani [Dataset]. AFIR. <http://opendata.afir.info>
- Agro TV. (2018, May 25). Legumicultorii din Săveni vor să distribuie produsele direct la cumpărători. Agro TV. <https://agro-tv.ro/legumicultorii-din-saveni-vor-sa-distribuie-produsele-direct-la-cumparatori/>
- Aguiar, L. C., DelGrossi, M. E., & Thomé, K. M. (2018). Short food supply chain: characteristics of a family farm. *Ciência Rural*, 48(5), 48–57. <https://doi.org/10.1590/0103-8478cr20170775>
- Argyropoulou, M., Argyropoulou, R., Dimitris, F., Misopoulos, F., & Najacaj, S. (2019). Procurement in Short Supply Chains: Lessons Learned from the Tourism Industry. *International Journal of Business and Economic Sciences Applied Research*, 12(2), 72–80. <https://doi.org/10.25103/ijbesar.122.06>
- Aubry, C., & Chiffolleau, Y. (2009). Le developpement des circuits courts et l'agriculture periurbaine: histoire, evolution en cours et questions actuelles. *Innovations Agronomiques*, 5, 53–67. <http://www6.inra.fr/ciag/content/download/3569/35391/file/Vol5-5-Aubry.pdf>
- Authentica – Bere artizanală. (2020). <https://authenticabeerhouse.ro>
- Autoritatea Națională Sanitară Veterinară și pentru Siguranța Alimentelor (ANSVSA) Botoșani. (2020). Lista unităților de vânzare cu amănuntul de produse de origine animală și non-animală înregistrate sanitar veterinar [Dataset]. <http://botosani.dsvsa.ro/operatori-economici/unitati-inregistrate/>
- Barry, C. (2012). Commercialisation des produits agricoles. Un producteur sur cinq vend en circuit court. *Agreste Primeur*, 275. [http://46.29.123.56/IMG/pdf\\_primeur275.pdf](http://46.29.123.56/IMG/pdf_primeur275.pdf)
- Beguin, E., & Lesur-Dumoulin, C. (2016). Des Circuits Courts aux Chaînes Alimentaires Courtes de Proximité: Quels Impacts? Quels Enjeux? *RMT Alimentation Locale*, 1–7. [https://ce4fb57c-46ac-4284-835a-403f1a576024.filesusr.com/ugd/8f2784\\_d1f27938f0ac4ee6a01fd23ea6a7eb61.pdf](https://ce4fb57c-46ac-4284-835a-403f1a576024.filesusr.com/ugd/8f2784_d1f27938f0ac4ee6a01fd23ea6a7eb61.pdf)
- Blay-Palmer, A., Santini, G., Dubbeling, M., Renting, H., Taguchi, M., & Giordano, T. (2018). Validating the City Region Food System Approach: Enacting Inclusive, Transformational City Region Food Systems. *Sustainability*, 10(5), 1680. <https://doi.org/10.3390/su10051680>
- Brunori, G., Galli, F., Barjolle, D., van Broekhuizen, R., Colombo, L., Giampietro, M., Kirwan, J., Lang, T., Mathijs, E., Maye, D., de Roest, K., Rougoor, C., Schwarz, J., Schmitt, E., Smith, J., Stojanovic, Z., Tisenkopfs, T., & Touzard, J.-M. (2016). Are Local Food Chains More Sustainable than Global Food Chains? Considerations for Assessment. *Sustainability*, 8(5), 449. <https://doi.org/10.3390/su8050449>
- Butu, A., Brumă, I. S., Tanasă, L., Rodino, S., Dinu Vasiliu, C., Doboș, S., & Butu, M. (2020). The Impact of COVID-19 Crisis upon the Consumer Buying Behavior of Fresh Vegetables Directly from Local Producers. Case

- Study: The Quarantined Area of Suceava County, Romania. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(15), 5485. <https://doi.org/10.3390/ijerph17155485>
- Canfora, I. (2016). Is the Short Food Supply Chain an Efficient Solution for Sustainability in Food Market? *Agriculture and Agricultural Science Procedia*, 8, 402–407. <https://doi.org/10.1016/j.aaspro.2016.02.036>
  - Carpathian Beef. (2020). Doly Com Distribuție SRL. <http://www.carpathianbeef.ro>
  - Centre for Agroecology and Food Security, Wibbelmann, M., Schmutz, U., Wright, J., Udall, D., Rayns, F., Kneafsey, M., Trenchard, L., Bennett, J., & Lennartsson, M. (2013). Mainstreaming Agroecology: Implications for Global Food and Farming Systems. <https://pureportal.coventry.ac.uk/en/publications/mainstreaming-agroecology-implications-for-global-food-and-farmin>
  - Chiffolleau, Y. (2009). From Politics to Co-operation: The Dynamics of Embeddedness in Alternative Food Supply Chains. *Sociologia Ruralis*, 49(3), 218–235. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9523.2009.00491.x>
  - Chiffolleau, Y., & Dourian, T. (2020). Sustainable Food Supply Chains: Is Shortening the Answer? A Literature Review for a Research and Innovation Agenda. *Sustainability*, 12(23), 9831. <https://doi.org/10.3390/su12239831>
  - Comisia Europeană - Siguranța Alimentară. (2020). Farm to Fork strategy for sustainable food. European Commission. [https://ec.europa.eu/food/farm2fork\\_en](https://ec.europa.eu/food/farm2fork_en)
  - Consiliul Județean Botoșani. (2020). Calendar 2020 - Piețe și oboare. <https://www.cjbotosani.ro/portal/files/Calendar%20piete+oboare%202020/CALENDAR%20BT%202020.pdf>
  - Deliciul Mihaelei. (2021). Deliciul Mihaelei SRL. <https://deliciulmihaelei.ro>
  - Elly Food. (2021). Elly Food Traditional SRL. <https://www.ellyfood.ro>
  - Falguieres, M., Kumar, V., Garza-Reyes, J. A., Kumari, A., Lim, M. K., & Rocha-Lona, L. (2015). Investigating the impact of short food supply chain on emigration: A study of Valencia community in Spain. *IFAC-PapersOnLine*, 48(3), 2226–2232. <https://doi.org/10.1016/j.ifacol.2015.06.419>
  - Five Continents. (2021). Five Continents Group SRL. <http://five-continents.eu>
  - Florin, M., & Renting, H. (2015). Building sustainable food systems beyond the rural–urban divide. *Urban Agriculture Magazine*, 30, 6–8. [https://www.researchgate.net/publication/305800534\\_Editorial\\_Building\\_sustainable\\_food\\_systems\\_beyond\\_the\\_rural-urban\\_divide](https://www.researchgate.net/publication/305800534_Editorial_Building_sustainable_food_systems_beyond_the_rural-urban_divide)
  - Food and Agriculture Organization (FAO). (2020). Cities and local governments at the forefront in building inclusive and resilient food systems: Key results from the FAO Survey “Urban Food Systems and COVID-19”. <https://doi.org/10.4060/cb0407en>
  - Fructe Vesele - Sucuri Naturale. (2020, December 15). [Pagină personală Facebook]. Facebook. [https://www.facebook.com/Fructe-Vesele\\_-\\_Sucuri-Naturale-100318061400249](https://www.facebook.com/Fructe-Vesele_-_Sucuri-Naturale-100318061400249)
  - Goldenberg, M., & Meter, K. (2019). Building Multipliers, Rather than

- Measuring Them: Community-Minded Ways to Develop Economic Impacts. *Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development*, 1–12. <https://doi.org/10.5304/jafscd.2019.08c.010>
- Grădina Dăscăleanu Săveni. (2020, December 10). [Pagină personală Facebook]. Facebook. <https://www.facebook.com/Gradina-Dascaleanu-Saveni-106685084329977/>
  - Heilo – Suc natural. (2020, December 15). [Pagină personală Facebook]. Facebook. <https://www.facebook.com/HEILO-Suc-Natural-1576818022623505>
  - Hinrichs, C. C. (2000). Embeddedness and local food systems: notes on two types of direct agricultural market. *Journal of Rural Studies*, 16(3), 295–303. [https://doi.org/10.1016/s0743-0167\(99\)00063-7](https://doi.org/10.1016/s0743-0167(99)00063-7)
  - Institutul Național de Statistică (INS). (2021). TEMPO Online [Dataset]. <http://statistici.inse.ro:8077/tempo-online/#/pages/tables/inse-table>
  - Jarosz, L. (2008). The city in the country: Growing alternative food networks in Metropolitan areas. *Journal of Rural Studies*, 24(3), 231–244. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2007.10.002>
  - Jarzębowski, S., Bourlakis, M., & Bezat-Jarzębowska, A. (2020). Short Food Supply Chains (SFSC) as Local and Sustainable Systems. *Sustainability*, 12(11), 4715. <https://doi.org/10.3390/su12114715>
  - Kiss, K., Ruszkai, C., & Takács-György, K. (2019). Examination of Short Supply Chains Based on Circular Economy and Sustainability Aspects. *Resources*, 8(4), 161. <https://doi.org/10.3390/resources8040161>
  - Kneafsey, M., Venn, L., Schmutz, U., Balázs, B., Trenchard, L., Eyden-Wood, T., Sutton, G., Bos, E., & Blackett, M. (2013). Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU. A State of Play of their Socio-Economic Characteristics. Joint Research Center, Institute for Prospective Technological Studies. <http://ipts.jrc.ec.europa.eu/publications/pub.cfm?id=6279>
  - Lacto Solomonescu. (2021). Lacto-Solomonescu SRL. <https://www.lactosolomonescu.ro>
  - Lappo, A., Bjørndal, T., & Fernández-Polanco, J. (2015). Consumers' Concerns and External Drivers in Food Markets. FAO. <http://www.fao.org/3/a-i4939e.pdf>
  - Legume Petricani Știubeni. (2020, December 20). [Pagină personală Facebook]. Facebook. <https://www.facebook.com/Legume-Petricani-Stiubieni-778380855664061/>
  - Legumele Săvinenilor Cooperativa Agricolă. (2020). Legumele Săvinenilor Cooperativa Agricolă. <http://legumedinsaveni.ro>
  - Lista Firme. (2020). Cifra de afaceri ale societăților pe anul 2019 - județul Botoșani [Dataset]. <https://www.listafirme.ro>
  - Longin, C. F. H., & Würschum, T. (2016). Back to the Future – Tapping into Ancient Grains for Food Diversity. *Trends in Plant Science*, 21(9), 731–737. <https://doi.org/10.1016/j.tplants.2016.05.005>
  - Malak-Rawlikowska, A., Majewski, E., Waş, A., Borgen, S. O., Csillag, P., Donati, M., Freeman, R., Hoàng, V., Lecoeur, J.-L., Mancini, M. C., Nguyen, A., Saïdi, M., Tocco, B., Török, Á., Veneziani, M., Vittersø, G., &

- Wavresky, P. (2019). Measuring the Economic, Environmental, and Social Sustainability of Short Food Supply Chains. *Sustainability*, 11(15), 4004. <https://doi.org/10.3390/su11154004>
- Marechal, G. (2008). Les circuits courts alimentaires: bien manger dans les territoires. *Educagri*. <https://halldulivre.com/ebook/9791027502691-les-circuits-courts-alimentaires-bien-manger-dans-les-territoires-gilles-marechal/>
  - Marsden, T. (2010). Mobilizing the regional eco-economy: evolving webs of agri-food and rural development in the UK. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 3(2), 225–244. <https://doi.org/10.1093/cjres/rsq010>
  - Marsden, T., Banks, J., & Bristow, G. (2000). Food Supply Chain Approaches: Exploring their Role in Rural Development. *Sociologia Ruralis*, 40(4), 424–438. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00158>
  - Marsden, T., Banks, J., & Bristow, G. (2002). The Social Management of Rural Nature: Understanding Agrarian-Based Rural Development. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 34(5), 809–825. <https://doi.org/10.1068/a3427>
  - Moldavian Greenhouses. (2020, December 15). [Pagină personală Facebook]. Facebook. <https://www.facebook.com/seredorhoi>
  - Morizot-Braud, F., & Gauche, A. (2016). Références sur les circuits courts de commercialisation (RCC). *Innovations Agronomiques*, 49, 59–68. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01652899/document>
  - Mundler, P., & Laughrea, S. (2016). The contributions of short food supply chains to territorial development: A study of three Quebec territories. *Journal of Rural Studies*, 45, 218–229. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2016.04.001>
  - Produs în Botoșani. (2020, April 13). Produs in Botosani - De la producători locali, pentru clienți locali! <https://produsinbotosani.ro>
  - Radio România. (2019). Usturoiul de Copălău. *Radio România Actualități Online*. <http://www.romania-actualitati.ro/usturoiul-de-copalau-130574>
  - Răsfățuri din Cămară. (2020, December 15). [Pagină personală Facebook]. Facebook. <https://www.facebook.com/rasfaturidincamara>
  - Renting, H., Marsden, T. K., & Banks, J. (2003). Understanding Alternative Food Networks: Exploring the Role of Short Food Supply Chains in Rural Development. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 35(3), 393–411. <https://doi.org/10.1068/a3510>
  - Roșia Uriășă. (2020, December 15). [Pagină personală Facebook]. Facebook. <https://www.facebook.com/rosiauriasa/>
  - Sacks, J. (2002). The Money Trail: Measuring Your Impact on the Local Economy Using LM3. *New Economics Foundation*. <https://neweconomics.org/2002/12/the-money-trail>
  - Sage, C. (2003). Social embeddedness and relations of regard: *Journal of Rural Studies*, 19(1), 47–60. [https://doi.org/10.1016/s0743-0167\(02\)00044-x](https://doi.org/10.1016/s0743-0167(02)00044-x)
  - Schmutz, U., Kneafsey, M., Sarrouy Kay, C., Doernberg, A., & Zasada, I. (2017). Sustainability impact assessments of different urban short food supply chains: examples from London, UK. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 33(6), 518–529. <https://doi.org/10.1017/s1742170517000564>

- Sinclair, S., & Rockwell, G. (2021). Voyant Tools (2.4 (M55)) [Software]. <https://voyant-tools.org>
- Solarii Văculești. (2020, December 15). [Pagină personală Facebook]. Facebook. <https://www.facebook.com/lilianaenache49/>
- Spicul 2. (2020). Spicul 2 SRL. <http://www.spicul2.ro>
- Știri Agricole. (2015, November 24). Singura fabrica din Romania in care se produce cascaval in ceara. Care sunt avantajele unui astfel de ambalaj | StiriAgricole.ro. <https://www.Stiriagricole.Ro>. <https://www.stiriagricole.ro/singura-fabrica-din-romania-in-care-se-produce-cascaval-in-ceara-care-sunt-avantajele-unui-astfel-de-ambalaj-31992.html>
- Tanasă, L. (2014). Benefits of Short Food Supply Chains for the Development of Rural Tourism in Romania as Emergent Country During Crisis. *Agricultural Economics and Rural Development*, XI (2), 181–193. [http://www.ipe.ro/RePEc/iag/iag\\_pdf/AERD1402\\_181-193.pdf](http://www.ipe.ro/RePEc/iag/iag_pdf/AERD1402_181-193.pdf)
- Tanasă, L. (2015). Functional Short Food Supply Chains in the Field of Romanian Rural Tourism. Case study: Harghita and Neamț Counties. *Ecoforum*, IV(1), 210–217. <http://www.ecoforumjournal.ro/index.php/eco/article/view/278>
- Tornaghi, C. (2014). The urban metabolism of public space and the creation of food commons. STSM - End of mission report, University of Wageningen. [https://www.researchgate.net/profile/Chiara\\_Tornaghi/publication/282869707\\_The\\_metabolism\\_of\\_public\\_space\\_and\\_the\\_creation\\_of\\_food\\_commons/links/5960bad30f7e9b81942290c8/The-metabolism-of-public-space-and-the-creation-of-food-commons.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Chiara_Tornaghi/publication/282869707_The_metabolism_of_public_space_and_the_creation_of_food_commons/links/5960bad30f7e9b81942290c8/The-metabolism-of-public-space-and-the-creation-of-food-commons.pdf)
- Tregear, A., Arfini, F., Belletti, G., & Maressotti, A. (2007). Regional foods and rural development: The role of product qualification. *Journal of Rural Studies*, 23(1), 12–22. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2006.09.010>
- van der Ploeg, J. D., Renting, H., Brunori, G., Knickel, K., Mannion, J., Marsden, T., de Roest, K., Sevilla-Guzman, E., & Ventura, F. (2000). Rural Development: From Practices and Policies towards Theory. *Sociologia Ruralis*, 40(4), 391–408. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00156>
- Voronskaya. (2020). Prodalcom SA. <http://voronskaya.ro>
- Zamfirache, C. P. (2017, November 30). Merele de Curtești, un brand dulce din nordul României: o tradiție de aproape trei sute de ani. *Adevarul.ro*. [https://adevarul.ro/locale/botosani/reportaj-merele-curtesti-brand-dulce-nordul-romaniei-traditie-aproape-trei-sute-ani-1\\_5a2002415ab6550cb8b34232/index.html](https://adevarul.ro/locale/botosani/reportaj-merele-curtesti-brand-dulce-nordul-romaniei-traditie-aproape-trei-sute-ani-1_5a2002415ab6550cb8b34232/index.html)
- Zdupeș. (2020). Moldocatina. <http://www.zdupeș.ro/moldocatina>